

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CUPCAKES A BASE DE
VEGETALES EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO

KAREN YINETH MELO RONDON
JEYVER GIOVANNY BARRETO FERNÁNDEZ

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
VILLAVICENCIO, META

2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CUPCAKES A BASE DE
VEGETALES EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO

Trabajo de Grado para obtener el título de Administrador de Empresas
Según Resolución 021 del 2009

KAREN YINETH MELO RONDON

Código 146003022

JEYVER GIOVANNY BARRETO FERNÁNDEZ

Código 146002300

Director WILSON FERNANDO SALGADO CIFUENTES
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
VILLAVICENCIO, META

2018

Nota de Aceptación

WILSON FERNANDO SALGAFO CIFUENTES

Director de Trabajo de Grado

CESAR ARNULFO HERNÁNDEZ HERRERA

Jurado 1

HAWARD IBARGUEN

Jurado 2

VICTOR JULIO VILLAMIZAR RODRIGUEZ

Director de Programa

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Villavicencio, Febrero 2018

AUTORIDADES ACADÉMICAS

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS

Rector

DORIS CONSUELO PULIDO

Vicerrector Académico

JOSE MILTON PUERTO GAITÁN

Secretario general

RAFAEL OSPINA INFANTE

Decano Facultad de Ciencias Económicas.

GIOVANNI HENÁNDEZ CASALLAS

Director Escuela de Administración y Negocios

VICTOR JULIO VILLAMIZAR RODRIGUEZ

Director Programa de Administración de Empresas

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A Mi motor de Vida Alisson, por ser el amor más puro y sincero del mundo. A mi madre Sandra Rondón, por su amor incondicional, por creer en mí y porque siempre me ha apoyado. A mi querida Adriana Melo, porque la amo infinitamente y ha sido una Hermana Ejemplar. A Mi abuela Marina Leal por su Comprensión, ayuda y fuerza que me impulsa cada día a seguir adelante.

A Mi compañero Gio, por su apoyo y porque sin el equipo que formamos, no hubiera logrado esta meta.

Karen Yineth Melo Rondon

DEDICATORIA

A lo largo de la vida, estamos destinados a tomar decisiones que sin el acompañamiento de personas muy cercanas dificultaría tomar dichas decisiones, ahí es donde quiero dedicar este logro gigante a mis queridos padres (Joaquín y Marina), por estar siempre presente, atentos y dispuestos en ayudarme en cada obstáculo que se ha presentado durante la vida, a mis hermanos (Oscar y Milena), que estuvieron dispuestos en colaborar en cada dificultad que se me presento para cumplir mi objetivo.

A mi querida esposa Julieth la cual fue incondicional con su apoyo; enseñándome que con la perseverancia se logran las cosas.

A mi compañera de trabajo y amiga Karen, que con su idea alcanzamos este objetivo el cual nos propusimos sacar adelante con mucho esfuerzo.

Quiero mencionar y dedicar este logro al profesor Fernando Salgado que sin dudarlo un segundo, acepto con gusto ayudarnos siendo nuestro Director de trabajo.

Y a todos mis amigos y compañeros que conocí durante la carrera que marcaron en cierta forma mi vida personal y profesional.

Jeyver Giovanni Barreto Fernández

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a:

A nuestras familias por su apoyo constante y todo el amor que nos han sabido brindar.

A los docentes, amigos y compañeros con quienes compartimos a lo largo de la carrera y de quienes aprendimos grandes cosas.

A nuestro director de trabajo de grado Fernando Salgado por su tiempo y orientación en el desarrollo del mismo.

Al profesor Haward Ibarguen, quien nos colaboró con su aporte para finalizar el trabajo de grado.

A nuestros jurados Vivian Moreno y Cesar Hernández por su valioso aporte al trabajo.

A todos y cada uno que de alguna u otra manera ha hecho realidad este objetivo.

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	14
2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
3.	JUSTIFICACIÓN	17
4.	OBJETIVOS	19
	4.1 Objetivo General	19
	4.2 Objetivos Específicos	19
5.	MARCO DE REFERENCIA	20
	5.1 Marco Teórico	20
	5.2 Marco Conceptual	29
	5.3 Marco Legal	31
6.	DISEÑO METODOLOGICO	34
7.	RESULTADOS	37
	7.1 Investigación De Mercados	37
	7.2 Estudio Administrativo Y Organizacional	45
	7.3 Marco legal	62
	7.4 Análisis Técnico	65
	7.5 Estudio De Impacto Ambiental	88
	7.6 Estudio Financiero	90
	7.7 Estados Financieros	105
	7.8 Indicadores Financieros	107
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
	BIBLIOGRAFIA	114

ANEXOS	117
--------------	-----

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Empresas de Cupcakes en Villavicencio. Fuente Autores del proyecto	51
Tabla 2 Matriz DOFA. Fuente Autores del proyecto.....	56
Tabla 3 Insumos para hacer Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto.....	68
Tabla 4 Accesorios equipos y utensilios básicos. Fuente: Autores del proyecto.....	69
Tabla 5 Utensilios. Fuente: Autores del proyecto.....	70
Tabla 6 Equipo de Oficina. Fuente: Autores del proyecto.....	70
Tabla 7 Mobiliario. Fuente: Autores del proyecto	70
Tabla 8 Costo de Insumos Cupcakes de Ahuyama. Fuente: Autores del proyecto.....	71
Tabla 9 Costo de insumos Cupcakes de Zanahoria. Fuente: Autores del proyecto	72
Tabla 10 Costo de insumos Cupcakes de Espinaca. Fuente: Autores del proyecto	74
Tabla 11 Descripción del proceso. Fuente Autores del proyecto.....	76
Tabla 12 Capacidad diseñada del proyecto. Fuente: Autores del proyecto	78
Tabla 13 Capacidad Instalada del proyecto. Fuente: Autores del proyecto	79
Tabla 14 Capacidad Utilizada del proyecto. Fuente: Autores del proyecto.....	79
Tabla 15 Materiales Directos. Fuente Autores del proyecto.....	80
Tabla 16 Mano de obra Producción. Fuente: Autores del proyecto.....	81
Tabla 17 Consumo de energía KWH. Fuente: Autores del proyecto.....	81
Tabla 18 Costo cada Cupcake. Fuente Autores del proyecto.....	82
Tabla 19 Consumo del Gas. Fuente: Autores del proyecto.....	83
Tabla 20 Consumo de gas por cada Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto.....	83
Tabla 21 Consumo de agua. Fuente: Empresa de acueducto y alcantarillado de Villavicencio, 2017	84
Tabla 22 Consumo de Agua por cada Cupcake. Fuente: Autores del proyecto.....	85
Tabla 23 Costo por cada Cupcake en los tres sabores: Ahuyama, Zanahoria y Espinaca. Fuente: Autores del proyecto.....	85
Tabla 24 Inflación Registrada últimos (7) años. Fuente Dane.....	86
Tabla 25 Depreciación Área de producción. Fuente: Autores del proyecto	87
Tabla 26 Depreciación Área Comercial y Administrativa. Fuente: Autores del proyecto	88
Tabla 27 Matriz de Impacto Ambiental de Leopold. Fuente: Autores del Proyecto.....	89
Tabla 28 Incrementos en las ventas. Fuente Autores del proyecto	91
Tabla 29 Nomina de la empresa. Fuente: Autores del proyecto	92

Tabla 30 Nomina Área de Producción. Fuente: Autores del proyecto.....	92
Tabla 31 Nomina Área Comercial y Administrativa. Fuente: Autores del proyecto.....	93
Tabla 32 Proyección salarial años 2 al 5. Fuente: Autores del proyecto	93
Tabla 33 Gastos de Administración y Comercial. Fuente: Autores del proyecto	94
Tabla 34 Gastos Pre operativos. Fuente Autor del proyecto.....	94
Tabla 35 Amortización del Crédito. Fuente: Autores del proyecto	98
Tabla 36 Distribución Costos y Gastos Año1. Fuente Autores del proyecto.....	98
Tabla 37 Punto de Equilibrio Año 1. Fuente: Autores del proyecto.....	99
Tabla 38 Costos y Gastos Año 2. Fuente: Autores del Proyecto	100
Tabla 39 Punto de Equilibrio año 2. Fuente: Autores del proyecto	100
Tabla 40 Costos y Gastos Año 3. Fuente Autores del Proyecto	101
Tabla 41 Punto de Equilibrio Año 3. Fuente: Autores del proyecto.....	102
Tabla 42 Costos y Gastos Año 4. Fuente Autores del Proyecto	103
Tabla 43 Punto de Equilibrio Año 4. Fuente: Autores del proyecto.....	103
Tabla 44 Costos y Gastos Año 5. Fuente Autores del Proyecto	104
Tabla 45 Punto de Equilibrio Año 5. Fuente: Autores del proyecto.....	105
Tabla 46 Estados de Resultados. Fuente: Autores del proyecto	105
Tabla 47 Flujo de caja proyectado a (5) Años. Fuente: Autores del proyecto.....	106
Tabla 48 Balance General pryectado a (5) Años. Fuente: Autores del proyecto	107
Tabla 49 Razón Corriente. Fuente: Autores del proyecto.....	108
Tabla 50 Razón de Endeudamiento. Fuente: Autores del proyecto	109
Tabla 51 Margen de Utilidad Neta. Fuente: Autores del proyecto	110
Tabla 52 Ficha Técnica encuesta. Fuente Autores del proyecto.....	119

LISTA DE FIGURAS

Figuras 1 Organigrama Funcional. Fuente Autores del Proyecto	25
Figuras 2 Organigrama de la empresa. Fuente: Autores Del Proyecto	57
Figuras 3 Imagen de la ciudad de Villavicencio, Meta. Fuente: Google Maps 2017	66
Figuras 4 Distribución de la planta. Fuente Autores del proyecto	76
Figuras 5 Descripción de la planta (costado). Fuente: Autores del proyecto.....	77

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Características importantes de producto de repostería. Fuente: Autores del proyecto	39
Gráfica 2	Consumo de Productos de repostería. Fuente: Autores del proyecto.....	40
Gráfica 3	Consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto.....	41
Gráfica 4	Preferencias para el consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto	41
Gráfica 5	Frecuencia de consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto	42
Gráfica 6	Motivo del Consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto.....	42
Gráfica 7	Importancia por las cuales comprarían cupcakes. Fuente: Autores del proyecto	43
Gráfica 8	Consumo de Cupcakes a base de Vegetales. Fuente: Autores del proyecto	44
Gráfica 9	Preferencias de sabores en los Cupcakes a base de vegetales. Fuente: Autores del proyecto ...	44
Gráfica 10	Valor por el cual adquirirían Cupcakes a base Vegetales. Fuente: Autores del proyecto	45
Gráfica 11	Flujo de Caja Proyectado. Fuente: Autores del proyecto.....	111

1. INTRODUCCIÓN

En Colombia la industria de la repostería y pastelería se proyecta opciones de generar empresas desde un modelo americano en el que nos invita a introducirnos en un mercado novedoso de ideas modernas en que el valor más importantes en establecer la importancia de las celebraciones en cada uno de los habitantes de un país y hacer de esta ocasión una fecha aún más especial, mercado que no desaparecerá, tanto los niños, las celebraciones y las comidas existan y que nos permiten abarcar una amplia gama de costumbres alrededor de estos alimentos en el mundo.

A raíz del auge gastronómico que está viviendo el país hace varios años en estos sectores, cada vez son más las nuevas empresas los cuales abordando los métodos tradicionales con diseños modernos, mejoran los procesos productivos y mejora las tendencias vanguardistas.

Continuamente han surgido nuevos productos y nuevas opciones naturales, con el fin de mantener un crecimiento constante del sector de la repostería y la pastelería, y es desde entonces, que los cupcakes tiene una cabida en el mercado latino, los cuales fueron fabricados por primera vez en Estados Unidos y diseñados para disfrutar en cualquier momento u ocasión de la vida.

Durante el desarrollo de este documento, se realizaran una serie de actividades en las que se evaluará el mercado de la repostería en Villavicencio y se investigará el sector, a través de un estudio de viabilidad de una empresa productora de cupcakes en la ciudad de Villavicencio.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Es viable, técnica, económica y medio ambiental, el desarrollo de un proyecto de pre inversión destinado a la creación de una empresa de cupcake a base de vegetales en la ciudad de Villavicencio?

El mercado se abre paso y más a la exigencia de las tendencias del consumidor, algunos como las grandes empresas logran utilizar métodos y herramientas, y abarcan un gran porcentaje de dicho mercado; algunas personas logran identificar un nicho potencial, al cual pueden incursionar aprovechando las oportunidades de negocio que brinda la economía. En el sector de la gastronomía donde la mayoría de las personas tienen un buen gusto y en materia de repostería, nada mejor que deleitarse con la mejor calidad de consumir un buen postre que se pueda acompañar en familia o amigos.

En la actualidad la nueva tendencia está en el consumo de Cup Cakes que se caracterizan por ser pequeños pasteles decorativos y con sabores variados, se ha podido percibir desde hace unos años un gran incremento en el sector de la repostería - pastelería los cuales ofrecen cupcake, según FENALCO hace parte del sector de “Abarrotes, víveres y rancho”, en dónde además pertenecen los distribuidores de cárnicos, de productos de consumo masivo, lácteos y plazas de mercado. Así mismo, conforma parte del sector agroindustrial, el más importante de la industria colombiana pues aporta el 29,9% del total de la producción industrial bruta nacional, y específicamente panadería aporta el 5,12% del total de la producción bruta de dicho sector.

Ahora si se toma en materia de empleo el sector agroindustrial contribuye con 129.049 empleos, de los cuales la actividad con mayor participación es la de cárnicos con 20.764 empleos y le sigue la panadería con 20.681 y en tercer lugar, la elaboración de bebidas con 15.357.

La producción de cupcake saludable y altamente nutricional, brinda la opción a las personas de una nueva forma de participar en casi todas las celebraciones de niños hasta adultos, sin dejar de un lado los beneficios alimenticios, ofreciendo no solo un producto, más que permitir vivir una "experiencia". Esta idea de negocio tienen el reto de facilitar la compra con un aspecto muy atractivo, " más saludables". Así mismo, los establecimientos de repostería; se verán en la necesidad de ampliar la gama de preparaciones dándole un giro hacia el concepto de la repostería.

Durante el desarrollo del presente documento se realizarán las actividades en las cuales se podrá analizar el mercado de la repostería en la ciudad de Villavicencio y el sector a través de un estudio de factibilidad de una empresa productora de cup cakes saludables en la ciudad.

3. JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio se establece con el objetivo de desarrollar un proyecto de pre inversión que contribuya al desarrollo de la economía de la ciudad de Villavicencio, teniendo como referencia el sector de la repostería. Conociendo de antemano que la población consume satisfactoriamente productos de repostería (o estarían dispuestos a consumirlos) en todas las celebraciones. Se puede asegurar que esta clase de productos son comprados prácticamente en todos los estratos sociales y en cualquier momento del día, gracias a su precio accesible y a la tradición de su consumo. Ya son actividades presentes en nuestro medio desde hace mucho tiempo.

Es significativo destacar que en Villavicencio existen varias Empresas similares al concepto que se quiere mostrar en este trabajo, proporcionando productos semejantes y que llevan una amplia trayectoria en el mercado, pero la **calidad de los productos no es la misma** y no está disponible para todo tipo de mercado. Por esta razón es creada esta idea de negocio con el fin de ofrecer productos que marquen la diferencia, a precios accesibles y que satisfagan las necesidades de los más exigentes consumidores.

Es importante generar un producto acorde con las expectativas del cliente, y a su vez fomentar nuevas oportunidades de empleo y una rentabilidad a sus inversionistas. Serán productos de óptima calidad, garantizados y exclusivos que permitirán ser reconocidos en la industria de la repostería en la ciudad de Villavicencio, por ser una alternativa, novedosa y el detalle perfecto para cualquier ocasión.

Así mismo se busca contribuir en el aspecto social creando empleo en la región, y capacitar al personal, para que puedan hacer un producto óptimo y acorde a las expectativas. Al incentivar la idea negocio se puede generar un crecimiento económico que puede ayudar a la ciudad de Villavicencio a crecer económicamente.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad del proyecto de pre inversión, en la creación de una empresa de repostería especializada en cup cakes a base de Vegetales en la ciudad de Villavicencio.

4.2 Objetivos Específicos

-) Desarrollar un estudio de mercado y estrategias de mercadeo para la empresa de cupcakes a base de vegetales
-) Realizar un estudio administrativo y organizacional a la empresa de CupCakes a base de vegetales.
-) Realizar un estudio ambiental
-) Generar un estudio técnico para la puesta en marcha de la empresa y los procesos de producción.
-) Realizar un estudio financiero con el fin de determinar la viabilidad de la empresa.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco Teórico

Antecedentes- Origen.

Hay varias teorías que explican el origen del nombre cupcake (cup = taza; cake = ponqué). Según la Enciclopedia Oxford de Alimentos y Bebidas de América, la primera surge porque a finales del siglo XIX hubo un punto de inflexión en la manera como se medían los ingredientes y en vez de pesarlos los empezaron a medir por tazas. También advierte que el nombre de cupcake tenía doble significado, porque se solían hornear en pequeños moldes y en tazas de té, para ahorrar energía y tiempo que requerían los tiempos de horneado de un recipiente más grande. También los llamaron ponqués de números, puesto que su receta era de fácil recordación: 1 taza de mantequilla, 2 tazas de azúcar, 3 tazas de harina y 4 huevos, más 1 taza de leche y 1 cucharadita de polvo de hornear. La fórmula la conocían como el ponqué del uno, dos, tres, cuatro,... “Pero no fue sino hasta los años 50 que los cupcakes empezaron a ganar popularidad con sus cremas y glaseados como hoy se les conoce”. (Sorzano, 2012).

Según datos recientes otorgados por los investigadores de mercados TNS las ventas de cupcakes están sobrepasando las tortas logrando un rivalidad en sus ventas a nivel mundial (TNS, 2009). “En Colombia la producción de alimentos es una actividad fundamentalmente de pequeña y mediana empresa, se cuenta con 25.000 panaderías a nivel nacional convirtiendo al gremio panificador en un importante renglón productivo de la nación”. (Republica 2010).

El mercado de la repostería y la pastelería en Colombia ha tomado un fuerte impulso a raíz del auge gastronómico que se vive desde hace varios años. Sin embargo, especialistas y expertos en el tema coinciden en afirmar que ésta es una industria en desarrollo a la que todavía le faltan

algunos elementos para que sea reconocida y diferenciada, tanto en el país como en Latinoamérica.

Si bien hoy en día no se encuentran datos consolidados que permitan conocer con exactitud cómo se comporta dicho segmento en el país, es claro para muchos de los actores que participan en el negocio que la tendencia es de crecimiento.

Según un informe del Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos “Caracterización del sector panificador en Colombia, 21014”, en los últimos años la importación de productos para el área de producción en pastelería ha mejorado mucho, hasta el punto que hoy se pueden conseguir los mismos productos de elaboración que están saliendo al mercado en los países industrializados en la ciudad ya se encontraron algunas empresas como:

- 1 Mari Cup Cakes, con sede principal ubicada en la Carrera 19c #11-27
- 2 Cup Cake Barbie, Calle 37 #35 -62 Barzal
- 3 Tortas y ponqué Mimi, Calle 3d #14-66 Barrio La Hacaritama
- 4 Ponqués y tortas Golosita, Calle 45 # 31-8 El triunfo

El sector de la pastelería se ha vuelto tan rentable en el país que, según cifras del DANE en el 2011, en Colombia existen 4.301 empresas que trabajan en la producción de pastelería en bruto, manteniendo una calidad y una tecnología de punta en su producción que la han hecho altamente competitiva en los mercados latinoamericanos e internacionales.

Teorías Administrativas.

La teoría de Frederick Winslow Taylor (20 de marzo de 1856 - 21 de marzo de 1915) buscaba la eficiencia en la producción para disminuir costos y hacer más alta la remuneración para

mayor productividad, basados en el principio de la responsabilidad y especialización, donde el gerente se responsabiliza de la planeación, del trabajo mental y los operarios del trabajo manual, generando una división del trabajo acentuada mayor eficiencia.

Teoría De Administración Clásica (Fayol):

(Chiavenato, 2006) Afirma que “la teoría clásica de la administración se distingue por el énfasis en la estructura y en las funciones que debe tener una organización para lograr la eficiencia”.

Entre los postulados encontramos:

- Enfoque normativo y prescriptivo
- Teoría de la organización.
- División del trabajo y especialización.
- Concepto de línea y staff.
- Coordinación.

Fayol define el acto de administrar como:

- Planear: Visualizar el futuro y trazar el programa de acción.
- Organizar: Construir las estructuras material y social de la empresa.
- Dirigir: Guiar y orientar al personal.
- Coordinar: Enlazar, unir y armonizar todos los actos colectivos.

- Controlar: Verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas.

Estos elementos de la administración, que constituyen el llamado “proceso administrativo”, se hallan presentes en cualquier actividad del administrador.

- Principios generales de la administración:

Como toda ciencia, la administración se debe basar en leyes o en principios, los cuales son universales, maleables y se adaptan a cualquier tiempo, lugar o circunstancia. Los cuales son:

1. División del trabajo
2. Autoridad y responsabilidad
3. Disciplina
4. Unidad de mando.
5. Unidad de dirección.
6. Subordinación de los intereses individuales a los generales.
7. Remuneración del personal.
8. Centralización.
9. Cadena escalar.
10. Orden.
11. Equidad.
12. Estabilidad.

13. Iniciativa.

14. Espíritu de equipo.

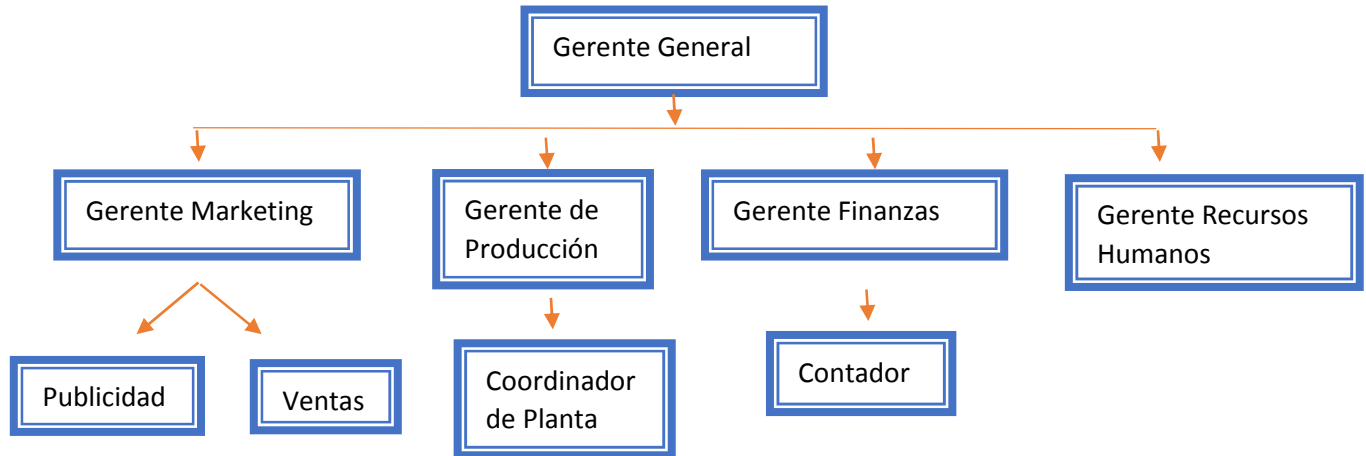
Teoría De La Burocracia.

La burocracia es una forma de organización humana que se basa en la racionalidad, en la adecuación de los medios a los objetivos pretendidos, con el fin de garantizar la máxima eficiencia en la búsqueda de esos objetivos.

Según (Chiavenato, 2006) Weber distingue tres tipos de sociedad: Sociedad tradicional, sociedad carismática y sociedad legal. Sin embargo se enfocará Sociedad tradicional: Donde predominan características patriarcales y patrimoniales, como la familia, el clan, la sociedad medieval. Donde se enfoca el mercado objetivo para la creación de la empresa especializada en cupcakes, basados en la cultura, creencias y costumbres.

Teoría De La Departamentalización

(Gulick, 1937, p 15) Afirma que, la departamentalización es un medio para obtener homogeneidad de tareas en cada órgano. Esa Homogeneidad es posible cuando se reúnen en la misma unidad, todos aquellos que están ejecutando “el mismo trabajo, con el mismo proceso, para la misma clientela, en el mismo lugar, definidos por la departamentalización por funciones.



Figuras 1 Organigrama Funcional. Fuente Autores del Proyecto

Emprendimiento

Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella. Todo proceso emprendedor combina tres componentes:

- Idea
- Capital
- Emprendedor.

El punto de apoyo es el emprendedor, quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas. De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto, ...“Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos”. (Freire, A. 2006), ...“Los emprendedores como personas

promueven nuevas combinaciones o innovaciones y los ve como los principales promotores del desarrollo económico y los avances sociales. A este proceso o clasifica en tres partes: innovación, invención, imitación”. (Schumpeter, J. A. 2002, p. 65).

Teorías De Proyectos De Inversión

Etapas para la realización de un proyecto:

- Concepción de la idea: comienza el ciclo de cada proyecto, su finalidad es la de identificar los proyectos que sean adecuados a las necesidades económicas y sociales del país y se encuentra caracterizada por la naturaleza del proyecto y del grupo promotor.
- Estudio de pre factibilidad: el cual consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto, así como de los aspectos legales que lo afectan. Así mismo, se deben investigar las diferentes técnicas (si existen) de producir el bien o servicio bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región.
- Formulación del proyecto: Es un método que ayuda a decidir hacia cuáles de los sectores en pugna y en qué cantidad, deben ser asignados los recursos limitados, en una forma conveniente a los objetivos señalados en los párrafos iniciales. Dentro de esta etapa se tiene en cuenta varios aspectos que constituyen la formulación de proyectos, como el estudio de mercado, análisis de comercialización, estudio técnico.
- Evaluación y aprobación: El inversionista o financista evaluará el proyecto a fin de determinar si este se adapta o no a sus objetivos o intereses; en ese sentido, es conveniente señalar que existen varias formas de evaluar un proyecto, dependiendo de quien realiza la evaluación, ésta se puede clasificar en Evaluación Social y en Evaluación Privada.

- Ejecución del proyecto: consiste en el proceso de adquisición del terreno, así como de la maquinaria para el desarrollo del proyecto.

Estas etapas se desarrollan dentro de un marco de factores políticos, económicos y sociales.

Factores políticos: La gobernabilidad comprende complejos mecanismos, procesos e instituciones a través de los cuales las personas articulan sus intereses, resuelven sus diferencias y ejercen sus derechos y obligaciones legales y personales. Aunque la gobernabilidad incluye al Estado, ésta lo trasciende al incluir también a organizaciones del sector privado y de la sociedad civil.

- Buen gobierno.
- Estado de derecho.
- Participación.
- Cohesión social.

Factores económicos: Determina el riesgo país, son de carácter cualitativo y cuantitativo. En el primer grupo se ubican las políticas fiscales y monetarias, y en el segundo las siguientes variables:

- Producto Interno Bruto (PIB)
- Tasa de desempleo
- Índice de precios (Inflación)
- Valor de las reservas del país
- Comercio exterior

- Deuda Interna y Externa
- Infraestructura y Recursos Naturales
- Índice de Libertad Económica

Factores sociales: contiene aspectos cualitativos y cuantitativos, que deben ser revaluados.

Entre los cualitativos destacan los siguientes: Nivel de seguridad social, de seguridad personal y de eficiencia en la administración de justicia. En el caso de las variables cuantitativas las más importantes son las siguientes:

- Índice de Desarrollo Humano
- Índice de Gini
- Índice de Pobreza
- Índice de Violencia
- Índice de Calidad de Vida
- Índice de Confianza
- Proporción del Gasto Social.

Evaluación De Proyectos: La evaluación de un proyecto permite determinar la conveniencia y oportunidad de su realización en lugar de la de otros; es decir, calificarlo y compararlos con otros proyectos a fin de jerarquizarlos en orden de importancia de acuerdo a los intereses de cada inversionista.

Hay dos grandes formas de evaluar proyectos: (a) desde el punto de vista del empresario privado: existen varios métodos que se utilizan para evaluar proyectos desde el punto del grado

de certeza que se tenga sobre los resultados esperados de los referidos proyectos, dichos métodos se clasifican en “Inversiones en Condiciones de Certeza” e “Inversiones en Condiciones de Incertidumbre”. y (b) desde el punto de vista social: la asignación del precio a los bienes y/o servicios relacionados con el proyecto, se hará a precios sociales, precios sombra o de escasez, los cuales tienden a representar el verdadero valor para la sociedad de los factores o productos involucrados en el proyecto.

5.2 Marco Conceptual

Estudio de mercado: Es la primera parte de investigación formal del estudio. Está conformado básicamente por la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, los canales de distribución y análisis y ajuste de los precios.

Según (Kotler y Armstrong 2004) “se entiende por mercado un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto” (p.10).

La estructura organizacional es un conjunto que se constituye, se organiza y se altera y sus elementos tienen una cierta función bajo una cierta relación, lo que impide que el tipo ideal de estructura retrate fiel e íntegramente la diversidad y la variación del fenómeno real.

Emprender. La real academia española define emprender como: “Del latín, en, y prend re, coger. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”

Empresario. Aunque el término empresario pareciera que se deriva del de empresa, es el empresario el que dinamiza la actividad, tanto para crearla como para desarrollarla, es por eso que afirmábamos que siempre que existan empresarios, existirán las empresas, ya que los

empresarios son sujetos activos que estimulan la creación de las unidades, que son pasivas, pero que son activadas según las cualidades que el empresario posea. (Callejas, 2005, pág. 4).

Segmentación del Mercado: Proceso de identificar las diferencias significativas existentes en el consumidor con objeto de dividir el mercado en grupos homogéneos. Su utilidad está dada por la facilidad de diseñar productos y programas de mercadotecnia que satisfagan las distintas necesidades de los comparadores pertenecientes a cada grupo.

Descripción del producto:

Según (Kotler, 2004) Producto se define como todo aquello que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición o consumo, y que satisface un deseo o una necesidad y Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones, esencialmente intangibles, que se ofrecen en el mercado y que no conllevan propiedad alguna.

Demanda: Según (Baca, 2005, pág. 86) “se entiende por demanda la cantidad y calidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

Oferta: Según (Kotler, 2004, pág. 7) “Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo”.

(Baca, 2005) Afirma que “la oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un determinado precio”.

Estudio Técnico:

Según (Baca, 2005, pág. 84) Un estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Repostería: confitería o pastelería es el arte de preparar o decorar pasteles u otros postres dulces como bizcochos, tartas o tortas. También se conoce como repostería, confitería o pastelería a un establecimiento donde se venden dichos postres

Cup Cakes: Conocido como fairy cake, Patty cake o pastel de taza, es una pequeña tarta para una persona, frecuentemente cocinada en un molde similar al empleado para hacer magdalenas o muffins. Es una receta de origen estadounidense, e incluye añadidos como glaseados y virutas (Iturriaga, 2010).

Estrategia: “Conjunto de acciones que son planificadas de manera tal que contribuyan a lograr con el fin u objetivo que nos hemos determinado previamente” (David, 2013).

Servicio Al Cliente: Es el conjunto de actividades y acciones interrelacionadas que ofrece una empresa en cada una de sus áreas a un cliente con el fin que este obtenga y satisfaga sus necesidades.

5.3 Marco Legal.

(Constitucion politica de Colombia, 1991), en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Específicamente, el artículo indica: La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La empresa, como base del

desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

(Ley 590, 2000), conocida como Ley mipyme. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales.

(Decreto 3075, 1997) "Buenas Prácticas de manufactura". Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción. Artículo 1º.- Ámbito de Aplicación. La salud es un bien de interés público. En consecuencia las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicarán:

- A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos;
- A todas las actividades de fabricación, procesamiento preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional;

- A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano;
- A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos; sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

(Ley 1014, 2006) define el emprendimiento como: “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, Monografía de Emprendimiento 29 su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”.

6. DISEÑO METODOLOGICO

TIPO DE METODOLOGIA

El tipo de investigación seleccionada para el desarrollo del presente trabajo de grado será de tipo cualitativo y cuantitativo, con fuentes primarias de recolección de datos en forma directa. A los efectos de llevar a cabo la investigación, el objetivo principal es recabar la información requerida para desarrollar la creación de una empresa de repostería de cupcakes saludables en el municipio Villavicencio, Meta.

La información será recolectada de manera directa, a través de encuestas, que evaluarán la conducta de las variables de estudio así como también los gustos y necesidades del mercado el cual se pretende incursionar.

En el estudio se observan un conjunto de alternativas donde se selecciona la opción más favorable con respecto a las necesidades del proyecto de acuerdo al planteamiento del problema y a los objetivos específicos.

Tipo de Muestreo Aleatorio Simple. Por medio de este enumeramos la población y se escoge aleatoriamente a través del cuestionario (encuesta).

Encuesta.

Es el sondeo efectuado en la opinión pública o privada para indagar su juicio sobre cierto hecho o fenómeno. El listado de las preguntas o enunciados se conoce como protocolo de la encuesta. La encuesta es una forma de recolección de datos como fuente primaria (Mendez, 2006), funciona por medio de formularios que se aplican a aquellos problemas que se pueden investigar por medio de la observación. La encuesta puede llegar a ser subjetiva ya que a veces

se presentan presunción de hechos y situaciones por parte de los entrevistados. Las encuestas son de corta duración aproximadamente entre cinco y diez minutos.

- POBLACIÓN – MUESTRA

El trabajo de muestreo se realizará mediante la fórmula utilizada para hallar poblaciones finitas y conocidas, la cual nos dice que:

$$n = \frac{N \times . \quad \times p \times q}{d \times (N-1) + . \quad \times p \times q}$$

N= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno. Cuando el valor de P y de Q no se conozca, es conveniente tomar el caso más favorable, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, lo cual ocurre para P=Q=50, luego, P=50 y Q=50

d = Precisión

- PROCEDIMIENTO MUESTRAL

Una vez recolectada la información pertinente respecto al estudio planteado y finalizado el proceso de encuestas, se ordenarán los datos en cuadros y gráficas para desarrollar el análisis de los resultados. Las gráficas son de gran utilidad para la interpretación y análisis de los resultados puesto que muestran la relación entre las variables expuestas en la encuesta y los resultados obtenidos.

- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Según Arias (2006) “las técnicas son distintas modalidades para recopilar la información necesaria y pertinente para la construcción de los distintos aspectos que llevará a cabo el análisis de las distintas variables de estudio”.

Este proyecto utilizara la encuesta como técnica de recolección de datos. Para medir los instrumentos es necesario tomar en cuenta los requerimientos para la realización del análisis y sondeos de opiniones en la población a la cual se va a dirigir el proyecto; todo esto se podrá lograr a través de la realizada de forma directa a un selecto grupo de personas que arrojarán al investigador las características sociales, demográficas y económicas del consumidor potencial; así como preferencia por el producto.

7. RESULTADOS

7.1 Investigación De Mercados

- **Observación**

(Méndez, 2006, p. 250) explica que la observación es una técnica de recolección de datos primaria, que se realiza por medio de los sentidos del investigador captando la realidad que lo rodea. La ventaja de esta técnica consiste en que con respecto a las ciencias del hombre los hechos son percibidos de forma directa, sin intermediaciones permitiendo captar la situación de forma natural.

- **Población.**

(Martínez, 1999, p. 703) La población puede definirse como un conjunto de medidas o el recuento de todas las unidades que presentan una característica común. Se podría definir como un conjunto de mediciones, finito o infinito, real o conceptual.

- **Muestra.**

En estadística una muestra estadística, también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra, es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística. Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo. Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente formula (Fischer y Navarro, 1999, p. 43).

Tamaño De La Muestra

El tamaño de la muestra hace referencia al número de consumidores que deben ser incluidos para determinar la muestra poblacional. La población determinada para la encuesta es de 482.045 habitantes en la ciudad de Villavicencio (Dane 2005).

$$n = \frac{4 \cdot 0 \cdot x \cdot 1,9^2 \cdot x \cdot 0,5 \cdot x \cdot 0,5}{0,0^2 \cdot x (4 \cdot 0 - 1) + 1,9^2 \cdot x \cdot 0,5 \cdot x \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{4 \cdot 0}{1 \cdot 0}$$

$$n = 383,8$$

De acuerdo a la formula realizada se harán 150 encuestas a los habitantes de la Ciudad de Villavicencio para determinar cuál es su percepción al producto

Donde

N: Población de Villavicencio, Meta = 482.045

Z: Valor según distribución normal (seguridad del 95%) = 1,96

P: Probabilidad de éxito = 50 %

Q: Probabilidad de fracaso = 50%

D: Error = 5 %

N: Tamaño de la muestra

- Instrumentos De Investigación.

Encuesta.

Se aplicara una encuesta a una muestra de la población en la ciudad de Villavicencio, Meta con el objetivo de identificar los perfiles y hábitos de compra de los consumidores de los productos.

Análisis estadísticos de los datos

Realizada la investigación de mercados, se procede a analizar las preguntas de la encuesta, con el fin de conocer detalladamente las diferentes razones y características para la compra de un Cup cakes

1. Enumere de 1 a 5 siendo 5 el de mayor importancia las características por Las cuales usted compraría un producto de repostería:

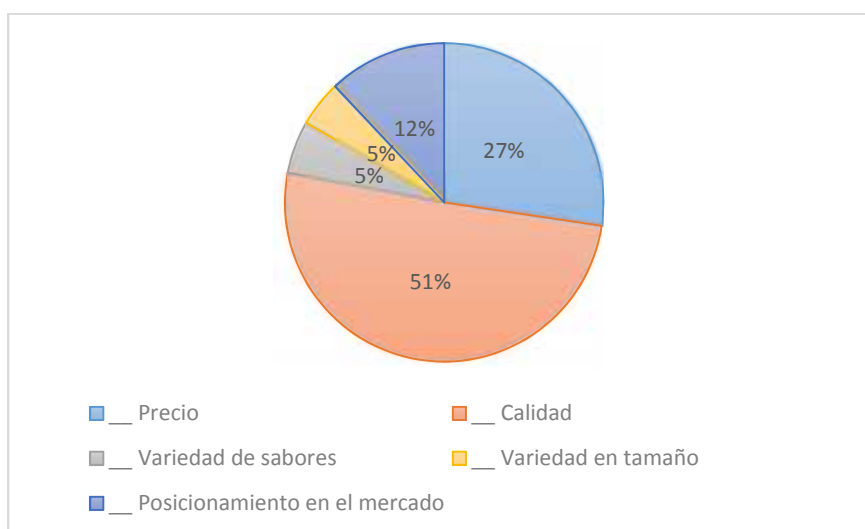
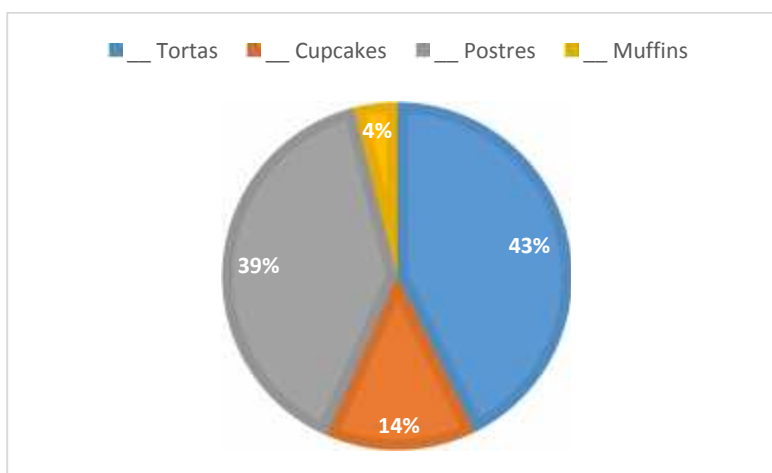


Gráfico 1 Características importantes de producto de repostería. Fuente: Autores del proyecto

Existe una gran aceptación por el consumo masivo de productos de repostería por parte de los encuestados y la principal característica en la que ellos se enfocan es la Calidad del producto.

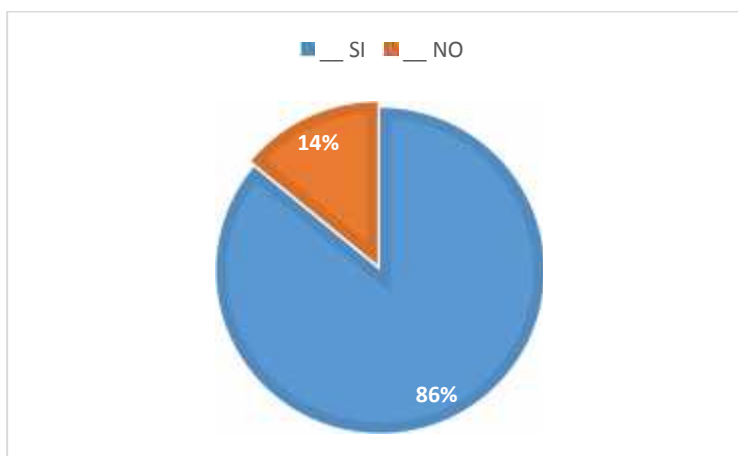
2. Enumere de 1 a 5, siendo 5 el más consumido y 1 el menos consumido de los siguientes productos de repostería:



Gráfica 2 Consumo de Productos de repostería. Fuente: Autores del proyecto

Aunque todos los encuestados tiene una aceptación del consumo de repostería, un 43% sienten gran afinidad por las tortas seguidos por los postres.

3. ¿Ha consumido CUPCAKES?



Gráfica 3 Consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Existe una aceptación por el consumo masivo de cupcakes por parte de los encuestados ya que la mayoría afirmaron haber consumido este producto.

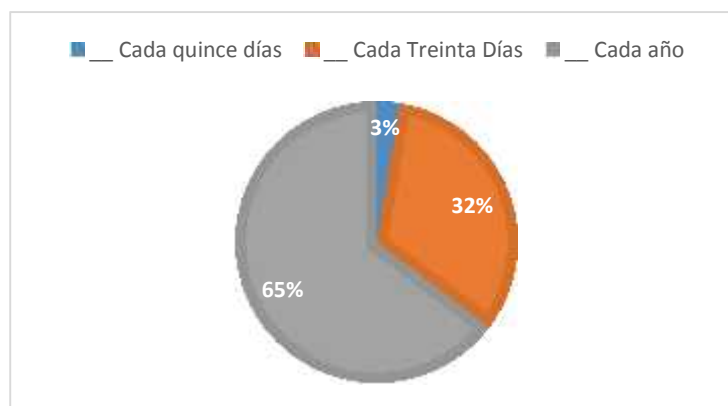
4. ¿Por qué pensaría en comprar CUPCAKES?



Gráfica 4 Preferencias para el consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Establecido los factores de tiempo y afinidades se interrogo a los clientes acerca de las ocasiones en las que consumiría el producto siendo las fechas especiales el momento predilecto de los mismos.

5. ¿Con que frecuencia adquiere los CUPCAKES?



Gráfica 5 Frecuencia de consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Definido los tipos de producto se evaluaron a los encuestados acerca de la periodicidad en el consumo que hacen, se dedujo que cada año los clientes compran esta serie de productos.

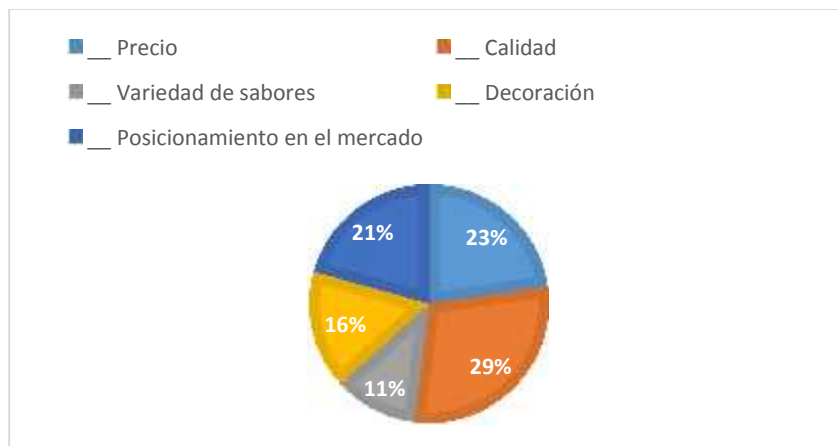
6. ¿Cuál es el motivo por el cual usted consume el CUP CAKES?



Gráfica 6 Motivo del Consumo de Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Los Cupcakes es un producto que los usuarios han consumido en algún momento, es por ello que lo hacen por gusto o placer

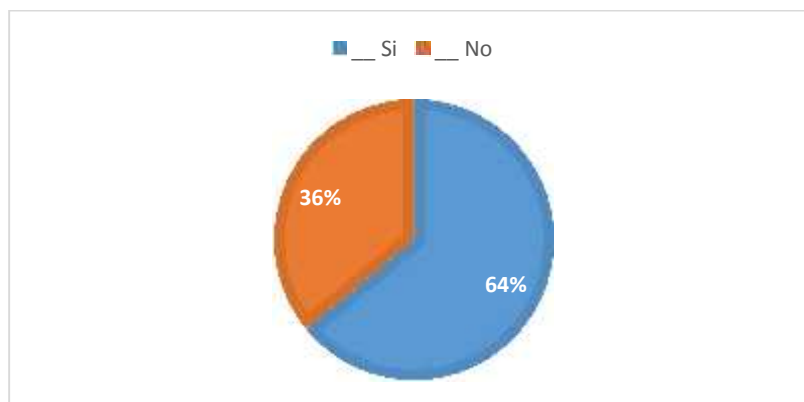
7. Enumere de 1 a 5 siendo 1 el de mayor importancia las características por las cuales usted compraría un cup cake.



Gráfica 7 Importancia por las cuales comprarían cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Determinado los factores más importantes del producto y su aceptación, los clientes consumen los cupcakes por su calidad seguido del posicionamiento en el mercado

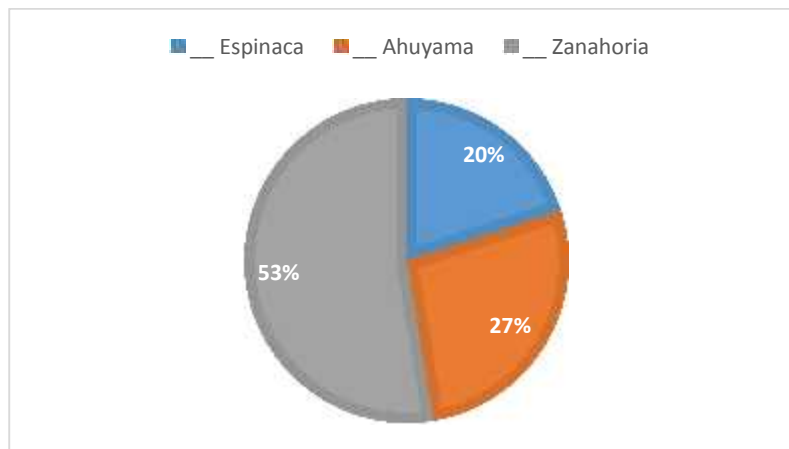
8. ¿Compraría cup cakes saludables a base de Vegetales?



Gráfica 8 Consumo de Cupcakes a base de Vegetales. Fuente: Autores del proyecto

Existe poca aceptación por el consumo masivo de cupcakes saludables a base de vegetales por parte de los encuestados ya que en su mayoría los encuestados afirmaron no comprar esta serie de productos.

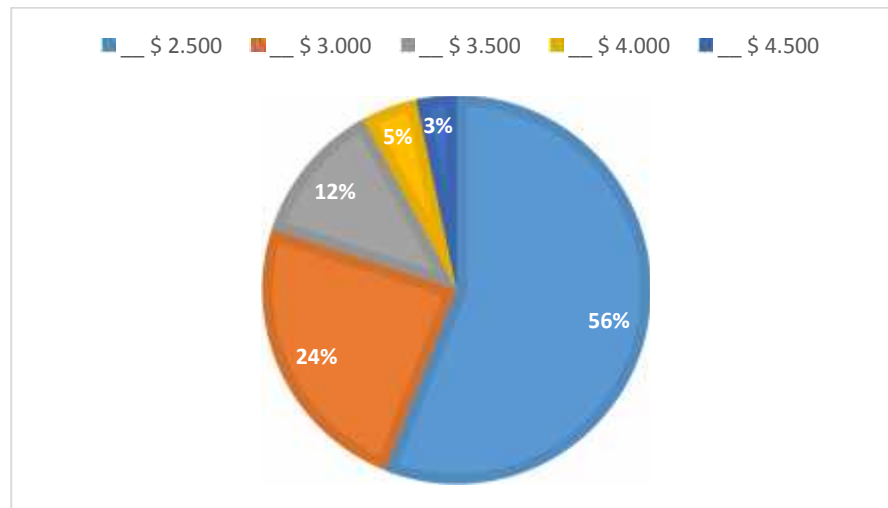
9.Cuál de los siguientes sabores le gustaría encontrar en un cupcakes?



Gráfica 9 Preferencias de sabores en los Cupcakes a base de vegetales. Fuente: Autores del proyecto

De acuerdo al estudio realizado el sabor más agradable para los encuestados es la zanahoria siendo este el predilecto, seguido de la ahuyama. Aunque están viendo los resultados los tres sabores utilizados en la pregunta gusta en las personas encuestas.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cup cake saludable a base de vegetales?



Gráfica 10 Valor por el cual adquirirían Cupcakes a base Vegetales. Fuente: Autores del proyecto

Para analizar el poder adquisitivo de los clientes se preguntó acerca del valor comercial por el cual han comprado el producto defendiéndose el rango entre \$2500 y \$4.000 por cup cake.

Estimación de la Demanda

De acuerdo al estudio de mercado, se ha estimado que para la realización del proyecto la demanda estará contemplada al número de personas que están dispuestas a consumir los cupcake a base de vegetales, según la pregunta # 8 de la encuesta realizada “¿Compraría cup cakes saludables a base de Vegetales?”, el porcentaje de las personas que dijeron “SI” a la pregunta, ósea el 64% que serían 308.509 del total de habitantes que tiene la ciudad de Villavicencio que son 482.045.

7.2 Estudio Administrativo Y Organizacional

Se expondrá las siguientes directrices:

MISIÓN

SWEET CUPCAKES, es una empresa dedicada a producción y comercialización de pastelito a base de vegetales. Nuestros productos son de alta calidad y se ajustan al gusto y presupuesto de nuestros clientes, cuenta con el mejor equipo de trabajo eficiente y comprometido para elaborar productos con ingredientes frescos y naturales, con sabores novedosos y placenteros generando un alto grado de aceptación.

VISION

SWEET CUPCAKES será para el año 2020 la empresa líder en la producción y comercialización de cupcakes a base de vegetales en la ciudad de Villavicencio, Meta, superando todas las expectativas, mediante la calidad y presentación nuestros productos satisfaciendo a nuestros clientes.

VALORES

Los valores en los cuales se basara la empresa serán los siguientes:

- LEALTAD
- RESPONSABILIDAD
- RESPETO
- CALIDAD
- CONFIANZA
- TRABAJO EN EQUIPO

- COMUNICACIÓN ASERTIVA
- PUNTUALIDAD

Políticas

- Política De Compra

La selección de los proveedores de acuerdo a parámetros de calidad y buenas prácticas de manufacturas, que permitan mantener la producción de la empresa.

-) Las compras se deberá tomar en consideración el precio, plazo de entrega, calidad, garantía, marca, procedencia, confiabilidad y experiencia del proveedor.
-) La adquisición de cualquier tipo de suministros, equipos y materiales, se procurará conseguir el menor precio y las mejores condiciones de pago.

- Política De Calidad

-) Satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes en materia de atención, preparación, sabor y servicio.
-) Escuchar a los clientes para conocer el grado de satisfacción y tomar acciones para el mejoramiento continuo de la empresa.
-) Establecer con los proveedores un sistema de garantías en la compra de materia prima verificando la calidad de los insumos, fechas de vencimiento.

- Política De Ventas Y Posventa

-) El cliente puede acercarse al punto de venta y adquirir el producto o puede generar un servicio a domicilio. Para ello, se deberá cumplir con los tiempos establecidos de acuerdo a cada caso.
-) Se aceptaran pagos en efectivo, Tarjetas de crédito y débito.

-)] En caso de un pedido sea personalizado se efectúa una orden de compra y se establecen los plazos de entrega del pedido en el menor tiempo posible o especificación del cliente.
-)] Los pedidos establecidos por empresas de eventos que superen las 50 unidades o más se efectuara una orden de compra, manejado un descuento dependiendo de la cantidad solicitada y se manejará plazo inicial para desarrollar el producto que será de la mitad del dinero especificado en la orden de compra, y la otra parte en la entrega del producto.
-)] Se establecerá un sistema de recolección de datos de los clientes para conocer la importancia de posible ventas futuras, para eso se deberá mantener un contacto frecuente con el cliente.
-)] El seguimiento posventa, que mantendrá la satisfacción del cliente aún después de realizada la venta. Para ello, la publicidad, promoción y comunicación deben estar asociados en lo posible cerca de los clientes, también es indispensable cumplir con la entrega a tiempo del producto, con el fin de ofrecerles un servicio de calidad continuado.

Estrategias

- Estrategia De Promoción Y Publicidad

La campaña publicitaria en primera instancia será lo más intensa posible, de forma que llegue a las personas, se establecerá de la siguiente manera:

-)] Volantes, diseño de una página web y manejo de redes sociales (Facebook, Instagram).
-)] Dotar al personal, con un uniforme estableciendo un tipo diferente dependiendo del área comercial y el área de producción, especificaciones importante que aparezca el logo de la empresa en las dos áreas.
-)] Participar de los eventos organizados por las entidades gubernamentales o privadas.

-) Establecer convenios con empresas privadas y entidades gubernamentales, así como organizaciones turísticas.

- **Estrategia de servicio**

La estrategia consiste en ofrecer servicios adicionales, con el acompañamiento según las tendencias o preferencias que se presenten en la industria. Es importante estar en constante análisis y desarrollo de oportunidades de innovación para el formato del negocio.

Cambiar el patrón de consumo y crear nuevas formas de incursionar dentro del negocio de la repostería; hay diferentes maneras de aprovechar la excelente producción de alimentos para destacar la empresa y poder segmentar y posicionar por experiencias gratas de consumo. Esto garantiza que cada vez el servicio y no solo el producto sea más personalizado, es importante, que la fuerza comercial lleve las recomendaciones dadas por los clientes a la administración, para poder aprovechar dichas propuestas y suplir la necesidad en cada caso y expectativas específicas de cada uno. Muy importante es el ahorrarle tiempo a los clientes, no deben existir como filosofía de la empresa tiempos muertos, se le debe dar garantía al cliente de que se trabaja con rapidez y con efectividad, las respuestas deben ser inmediatas y las cotizaciones deben ser entregadas en tiempos cortos.

Alianza Estratégica

1. Esta estrategia consiste en vincular la empresa directamente con entidades educativas con el fin de proveer el cup cakes saludable, teniendo en cuenta que El Ministerio de Educación, desarrolla el Programa para la Promoción de Estilos de Vida Saludables (PPEVS) en articulación con el Programa de Alimentación Escolar. Donde se enfatiza en

que la alimentación saludable complementada con otra serie de actividades promueve el desarrollo y desempeño de los niños.

El Programa de Alimentación Escolar brinda un complemento alimentario a los niños, niñas y adolescentes de todo el territorio nacional, registrados en el Sistema de Matrícula - SIMAT- como estudiantes oficiales, financiados con recursos del Sistema General de Participaciones. Su objetivo fundamental es contribuir con la permanencia de los estudiantes sistema escolar y aportar, durante la jornada escolar.

2. La vinculación con empresas organizadoras de eventos, teniendo en cuenta que los CUP CAKE es uno de los agentes principales de las celebraciones, para ello contar con la participación de los eventos que realicen las empresas por medio de una contratación en el área de repostería, trabajando equipo con las mencionadas empresas.

En Villavicencio existen empresas que se dedican a esta actividad con son:

) Casa Las Américas Villavicencio Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 321 3892192) Bombas Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 310 3393486
) Eventos Mi Cabañita Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 310 2043053) Grupo Gestión Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta (8) 6723209
) Khaterine Sanabria Bodas y Eventos Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 310 2018853) Casa Marreyro Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 310 8765391
) Decorazón Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 313 2125886) Festejarte Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 321 3147489
) Todo Eventos	

Empresa organizadora de fiestas y eventos Villavicencio, Meta 310 6091912) M.A Organizador de eventos Villavicencio, Meta 320 3827864
) Jack Eventos Organizador de eventos Villavicencio, Meta 304 3410818) Festibombas Organizador de eventos Villavicencio, Meta (8) 6634068
) Picardias Organizador de eventos Villavicencio, Meta (8) 6698636) Ema Organizador de eventos Villavicencio, Meta 320 4944168
) Finca El Manantial (Villavi) Organizador de eventos Villavicencio, Meta	

Tabla 1 Empresas de Cupcakes en Villavicencio. Fuente Autores del proyecto

Competidores del sector

Los siguientes competidores son tomados de la página www.rues.org.co, el cual cuenta con la integración del registro mercantil y el registro único de proponentes. Es administrado por todas la cámaras de comercio atendiendo y brindando una herramienta confiable de información unificada. Así mismo encontramos varias empresas registradas en la ciudad de Villavicencio las cuales se nombraran a continuación:

) Cupcakes Maleja



RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Noticias Servicios Virtuales

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la Cámara de Comercio y es de tipo informativo.

Razón Social	CUPCAKES MALEJA
Región	VALAUCONCHES
Cámara de Comercio	BOGOTÁ
Número de Matrícula	SIN REGISTRACIÓN
Identificación	2023
Última Año Renovado	2023/03/20
Fecha de Matrícula	2023/03/20
Estado de la Matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Ocupación	0.00
Actividad	No

Actividades Económicas

* 0000 - Elaboración de productos de panadería

) Cupcakes Barbie Express



RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Noticias Servicios Virtuales

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la Cámara de Comercio y es de tipo informativo.

Razón Social	CUPCAKES BARBIE EXPRESS
Región	VALAUCONCHES
Cámara de Comercio	BOGOTÁ
Número de Matrícula	SIN REGISTRACIÓN
Identificación	2023
Última Año Renovado	2023/03/20
Fecha de Matrícula	2023/03/20
Estado de la Matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Ocupación	0.00
Actividad	No

Actividades Económicas

* 0000 - Comercio al por menor de otros productos alimenticios (p.e.g., en establecimientos especializados)

)] Cupcakes Tortas Villavo



RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio **Consultas** **Registros** **Servicios Virtuales**

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y no de tipo informativo.

Razon Social	CUPCASA TORTAS VILLOVO
Sigla	
Cámara de Comercio	VILLAVICENCIO
Número de Matrícula	000021750
Identificación	10N1000111111111111
Último Año Renovado	2014
Fecha de Matrícula	20121009
Fecha de Vigencia	00001231
Estado de la matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Insolvente	NO
Afiliado	No

Actividades Económicas

* 001 - Elaboración de productos de pastelería

* 4720 - Comercio al por menor de otros productos alimenticios excepto en establecimientos especializados

)] Martta Cupcakes



RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio **Consultas** **Registros** **Servicios Virtuales**

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y no de tipo informativo.

Razon Social	MARTTA CUPCABEN
Sigla	
Cámara de Comercio	VILLAVICENCIO
Número de Matrícula	000017750
Identificación	50N1000111111111111
Último Año Renovado	2014
Fecha de Matrícula	20140109
Fecha de Vigencia	00001231
Estado de la matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Insolvente	NO
Afiliado	No

Actividades Económicas

* 4721 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con variedad de mercancías principalmente por alimentos, bebidas o tabaco

) Cupcakes Variedades M & M

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Ventas Servicios Públicos Acceso privado

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativa.

Razón Social	CUPCAKES VARIACIONES M & M
Sigla	
Cámara de Comercio	VILLAVICENCIO
Número de Matrícula	888828077
Identificación	SEN IDENTIFICACION
Último Año Renovado	2019
Fecha de Matrícula	20190728
Fecha de Vigencia	99991231
Estado de la matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Empresas	1/00
Afiliado	No

Actividades Económicas

- * 1001 - Elaboración de productos de pastelería
- * 6210 - Organización de comercios y centros comerciales
- * 6210 - Elaboración de comida y otros alimentos

) Cupcakes Barbie

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Ventas Servicios Públicos Acceso privado

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativa.

Razón Social	CUPCAKES BARBIE
Sigla	
Cámara de Comercio	VILLAVICENCIO
Número de Matrícula	888828077
Identificación	SEN IDENTIFICACION
Último Año Renovado	2019
Fecha de Matrícula	20190728
Fecha de Vigencia	99991231
Estado de la matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Empresas	0/00
Afiliado	No

Actividades Económicas

- * 4120 - Comercio al por mayor de otros productos alimenticios n.e.p., en establecimientos especializados

) Mari Cupcakes Villavicencio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Ventas Servicios Públicos Acceso privado

Registro Mercantil

La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativa.

Razón Social	MARI CUPCAKES VILLAVICENCIO
Sigla	
Cámara de Comercio	VILLAVICENCIO
Número de Matrícula	888828077
Identificación	SEN IDENTIFICACION
Último Año Renovado	2017
Fecha de Matrícula	20170728
Fecha de Vigencia	99991231
Estado de la matrícula	ACTIVA
Tipo de Sociedad	SOCIEDAD COMERCIAL
Tipo de Organización	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Categoría de la Matrícula	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Empresas	0/00
Afiliado	No

Actividades Económicas

- * 1001 - Elaboración de productos de pastelería

Matriz DOFA

Fortalezas (internas)	Debilidades (internas)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuenta con un portafolio distintivo al ser realizado a base de vegetales (poco endulzante). ✓ Productos y servicios personalizados. ✓ Buena calidad de los productos y servicios. ✓ Se cuenta con materia prima, óptima para la producción de Cupcakes. ✓ Precios accesibles de los productos. ✓ Los productos con de buena calidad. ✓ Personal especializado para la elaboración de este producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No se cuenta con la infraestructura necesaria para la producción de Cupcakes. ✓ No se dispone de suficiente capital propio. ✓ No se cuenta con el reconocimiento del sector al ser una empresa nueva. ✓ Poca experiencia en el mercado.
Oportunidades (externas)	Amenazas (externas)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El mercado cuenta con varias empresas que se dedican a la elaboración de Cup cakes, pero no a la elaboración de productos a base de vegetales. ✓ El sector cuenta con un incremento constante. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presencia en el mercado de empresas consolidadas en la ciudad. ✓ Venta informal de Cup Cakes a precios bajos. ✓ Variedad de productos sustitutos que se encuentran en el mercado, que cumplen con la misma finalidad.

<p>) Hacer uso de las plataformas virtuales para difundir el producto.</p> <p>) Posibilidades de financiación para el desarrollo de la empresa.</p>	<p>) Variedad del precio de la materia prima.</p> <p>) No hay estudios sectoriales específicos para este tipo de productos en la ciudad de Villavicencio.</p> <p>) No hay participación gremial.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 2 Matriz DOFA. Fuente Autores del proyecto

- **Estrategias FO**

-) Desarrollar estrategias de posicionamiento del producto donde la característica sea diferenciador ya que se desarrolla con productos a base de vegetales.
-) Implementar el BPM para mejorar la producción de los Cup Cakes.
-) Establecer alianzas con proveedores que proporcionen buena materia prima
-) Contratar los mejores en la preparación de Cup Cakes y personal con experiencia en Administración.

- **Estrategia DO**

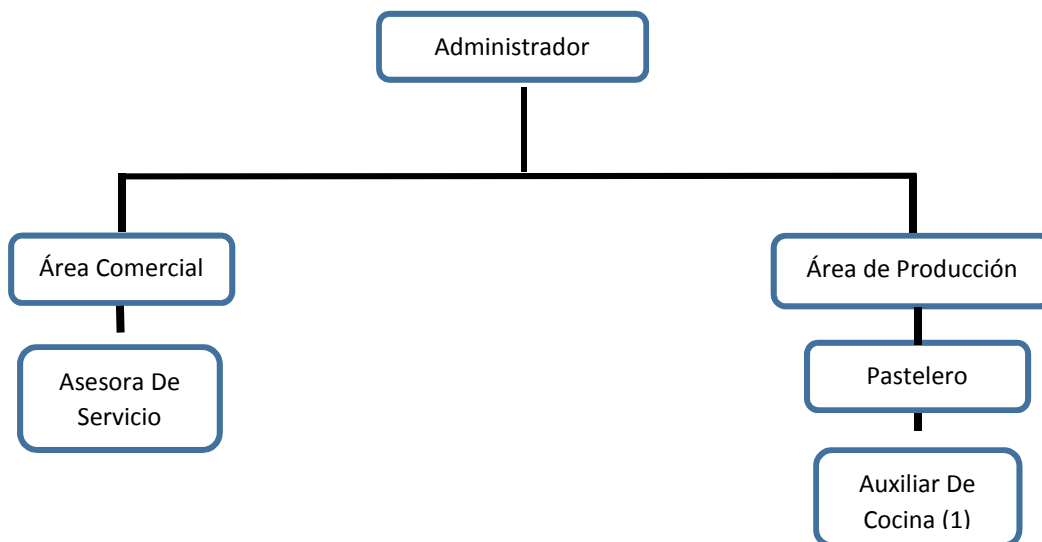
-) Escoger el crédito financiero que mejor se acomode a la empresa.
-) Buscar apoyo en las entidades estatales u organismos de cooperación.
-) Hacer uso estratégico de todas las plataformas virtuales para posicional el producto (Facebook, Instagram, Pagina Web, entre otros).

- **Estrategia FA**

-) Fomentar el consumo de Cup Cakes a base de vegetales.
-) Consolidar Alianzas con otros sectores.

- Estrategia DA
 -) Realizar campañas publicitarias para mostrar los atributos de consumir Cup Cakes a base de Vegetales. Utilizar las redes sociales para dar a conocer a la empresa en el sector.(Facebook, Instagram y otros)
 -) Adecuar la estructura fuerte para desarrollar la producción, con la mejor instalación y equipos.
- **Estructura Organizacional**
 -) ORGANIGRAMA

El organigrama de la empresa, está compuesto por los cargos necesarios para el funcionamiento de la empresa de repostería SWEET CUPCAKES LTDA, a base de vegetales:



Figuras 2 Organigrama de la empresa. Fuente: Autores Del Proyecto

) **Manual De Funciones**

Se desarrolla un manual de funciones para cada cargo de acuerdo al planteamiento propuesto en el organigrama.

- ADMINISTRADOR

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
CARGO:	Administrador
DEPENDENCIA:	Administrativa
PERSONAS EN EL CARGO:	Una (1)
DESCRIPCION DEL CARGO	
El profesional debe realizar aquellas actividades de planificación, organización, dirección y control, además debe coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> a. Orientar la ejecución del proyecto organizacional y tomar las decisiones. b. Velar por el cumplimiento de las funciones de los empleados y el oportuno aprovisionamiento de los recursos necesarios para su efecto c. Promover el proceso continuo de mejoramiento de la calidad del producto y perfeccionamiento del mismo. d. Mantener activas las relaciones con proveedores y con los clientes. e. Establecer canales de comunicación entre los diferentes estamentos de la organización. f. Orientar el proceso formativo mejoramiento las capacidades de lo empleados. g. Ejercer las funciones disciplinarias que le atribuyan la Ley, los reglamentos y el reglamento interno de trabajo. h. Promover actividades de beneficio social que vinculen al establecimiento con la comunidad local. i. Las demás funciones afines o complementarias con las anteriores que le atribuya el proyecto organizacional. j. Definir metas organizacionales. k. Establecer planes de gestión para la administración de la empresa de repostería. l. Establecer planes de acción para el equipo de trabajo. m. Dirigir el establecimiento sobre la base del proyecto organizacional de la empresa. n. supervisar las tareas y responsabilidades del personal a su cargo. o. administrar la empresa de repostería haciendo un eficiente uso de los recursos humanos y materiales que disponen. . p. Las demás funciones afines o complementarias con las anteriores que le atribuya el proyecto organizacional. 	
PERFIL	
<p>Debe contar con habilidad para definir, planear, diseñar y liderar programas y estrategias, planes logísticos y operativos de acción para la gestión administrativa. Tener habilidad para planear y definir recursos (humanos, físicos y financieros) necesarios para brindar un servicio de calidad.</p> <p>Contar con visión organizacional que permita el crecimiento de la empresa de repostería, habilidad para coordinar, integrar y movilizar equipos productivos y administrativos, en torno a proyectos y actividades propias de cada área de trabajo, tanto de producción</p>	

(cocina), como de ventas.

Adicional a lo anterior debe tener una comunicación efectiva, que le permita escuchar, para reflexionar acerca de las opiniones e intervenciones de los miembros de la empresa. Que cuente con habilidades interpersonales y con ética.

HABILIDADES

Planeación
Dirección y control.
toma de decisiones
Organización
Responsabilidad
Trabajo en equipo

REQUISITOS DEL CARGO

Título de Administrador de Empresas o carreras afines.

EXPERIENCIA

1 año, en cargos afines.

ESFUERZO

No requiere mayor esfuerzo dado que el cargo es administrativo

RIESGO

Disminución en la visión, riesgo por trabajo repetitivo, riesgo psicológico, riesgo por sedentarismo

- ASESORA DE SERVICIO

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS

CARGO:	Asesore de servicio
---------------	---------------------

DEPENDENCIA:	Comercial
---------------------	-----------

PERSONAS EN EL CARGO:	Una (1)
------------------------------	---------

DESCRIPCION DEL CARGO

Es el encargado de atender y recibir al cliente de manera eficiente para lograr una excelente imagen de la empresa, buscando la comodidad y satisfacción del cliente.

FUNCIONES DEL CARGO:

- a. Prestar un servicio oportuno y eficiente a los clientes, ya sea en el punto de venta o telefónicamente.
- b. Mantener en buenas condiciones las vitrinas y estanterías así como las mesas donde los clientes reciben el producto.
- c. Empacar los pedidos terminados en condiciones óptimas de higiene y físicas.
- d. Conservar el área de trabajo en las mejores condiciones de higiene, libre de posible contaminación físico, químico o biológico.
- e. Organizar los productos en los estantes o vitrinas, visibles al público.
- f. Organizar y despachar los pedidos a domicilios.

PERFIL

Debe contar con el compromiso, la lealtad, la responsabilidad y una buena atención al cliente. Preferiblemente mujer de entre 18 a 28 años.

HABILIDADES
Fluidez verbal Manejo de caja menor. Atención al cliente Organización. Normar de protocolo y etiqueta
REQUISITOS DEL CARGO
Bachiller académico
EXPERIENCIA
6 meses, en atención al cliente o cargos afines.
ESFUERZO
No requiere mayor esfuerzo dado que el cargo es comercial.
RIESGO
Riesgo por trabajo repetitivo.

- PASTELERO.

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
CARGO:	Pastelero
DEPENDENCIA:	Producción, cocina
PERSONAS EN EL CARGO:	Una (1)
DESCRIPCION DEL CARGO	
Es el encargado de elaborar todas las especialidades de la repostería manejado por la empresa durante su turno de trabajo, manteniendo los estándares, presentación y calidad del producto,	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> a. Elaborar los productos de repostería, establecidos en el portafolios manejados por el empresa. b. Elaborar el mise en place antes de la elaboración de los productos. c. Cumplir con las actividades establecidas por el administrador. d. Conservar el área de trabajo en las mejores condiciones de higiene, libre de posible contaminación físico, químico o biológico. 	
PERFIL	
Debe contar con buena presentación personal, conocimiento en repostería, capacidad de resolver problemas, ser responsable. Puede ser hombre o mujer mínimo 20 años.	
HABILIDADES	
Conocimiento en repostería Decoración artesanal de tortas Elaboración de cupcakes según especificaciones. Normas técnicas de calidad e higiene en el manejo de productora	

Manejo de utensilios y herramientas necesarias para la elaboración de cupcakes.
REQUISITOS DEL CARGO
Técnico o tecnólogo en gastronomía, con conocimiento en pastelería y decoración de tortas
EXPERIENCIA
1 año, en la elaboración de cupcakes
ESFUERZO
Requiere de esfuerzo a la preparación de los cupcakes
RIESGO
Riesgo por quemaduras, riesgo por accidentes en el manejo de los utensilios de cocina.

- AUXILIAR DE COCINA

MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS	
CARGO:	Axuliar de cocina
DEPENDENCIA:	Producción, cocina
PERSONAS EN EL CARGO:	Una (1)
DESCRIPCION DEL CARGO	
Es el encargado de colaborar en todas las especialidades de la repostería manejado por la empresa durante su turno de trabajo, manteniendo los estándares, presentación y calidad del producto,	
FUNCIONES DEL CARGO:	
<ul style="list-style-type: none"> a. Elaborar los productos de repostería, establecidos en el portafolios manejados por el empresa. b. Elaborar el mise en place antes de la elaboración de los productos. c. Cumplir con las actividades establecidas por el administrador. d. Conservar el área de trabajo en las mejores condiciones de higiene, libre de posible contaminación físico, químico o biológico. 	
PERFIL	
Debe contar con buena presentación personal, conocimiento en repostería, capacidad de resolver problemas, ser responsable. Puede ser hombre o mujer mínimo 20 años.	
HABILIDADES	
Conocimiento en repostería Decoración artesanal de tortas Elaboración de cupcakes según especificaciones. Normas técnicas de calidad e higiene en el manejo de productor Manejo de utensilios y herramientas necesarias para la elaboración de cupcakes.	
REQUISITOS DEL CARGO	
Técnico o tecnólogo en gastronomía, con conocimiento en pastelería y decoración de	

tortas
EXPERIENCIA
1 año, en la elaboración de cupcakes
ESFUERZO
Requiere de esfuerzo a la preparación de los cupcakes
RIESGO
Riesgo por quemaduras, riesgo por accidentes en el manejo de los utensilios de cocina.

7.3 Marco legal

Tipo De Empresa

El desarrollo del trabajo se basará en la creación de una empresa de Cup Cakes a base de vegetales, la cual será llamada “**SWEET CUP CAKES**”, dedicada a la producción y comercialización de cup cakes, con personería jurídica **SOCIEDAD LIMITADA (LTDA)**. El tamaño de empresa será menos de 10 trabajadores.

- Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responder con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio (art. 354, 355 y 357) se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria para alguno de los socios.
- Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administrativa en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos.
- El capital se representa en cuotas de igual valor que, para su cesión, se puede vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos.
- Cualquiera que sea el nombre de la sociedad, deberá estar seguido de la palabra “Limitada” o en su abreviatura “Ltda.” Que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente.

Tramite de Formalización

1. Trámite ante la DIAN, inscripción en el Registro Único Tributario y posterior asignación del número de identificación Tributaria NIT: Mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administrativas y controladas por la dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN
2. Inscripción en el Registro Público Mercantil: Documento en el cual se plasma los aspectos jurídicos y económicos de los comerciantes, con el fin de mantener actualizada la información del comerciante y sus actividades.
3. Matricula Industrial y Comercio Municipal (impuesto de carácter obligatorio): Es un gravamen que recae sobre todas las actividades industriales, comerciales de servicios y financieros, que se ejerzan o realicen dentro de los municipios del departamento del Meta.
4. Informar a la oficina de planeación correspondiente el inicio de las actividades

Funcionamiento y operación Legal

- Cumplir con las condiciones sanitarias establecidas por la ley 9ª de 1979: se realiza ante la secretaria Municipal de Villavicencio.
- Seguridad de establecimientos abiertos al público: solicitar el certificado que expide el Cuerpo de Bomberos del municipio.
- Registro de los libros de comercio: Se realiza ante la cámara de comercio de Villavicencio.

- Cumplir con las normas de usos del Suelo: De acuerdo al plan de ordenamiento territorial, consultar en la secretaria de Planeación de la ciudad.
- Pago de derechos de autor: se expide el certificado a través del cual se autoriza el derecho de la comunicación de la música fono grabada (si el establecimiento lo requiere).

Formalización De La Empresa

En la constitución de una empresa de responsabilidad limitada es necesario cumplir con diferentes requisitos estipulados en el Código de Comercio, se presentaran los siguientes requisitos:

- El nombre de las personas naturales, nacionalidad, número de identificación y domicilio que intervengan como otorgantes.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El domicilio de la empresa y de sus sucursales.
- El objeto social, las actividades principales.
- Consulta de clasificación por actividad económica código CIIU
- Formularios de matrícula mercantil
- El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución.
- Las fechas que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma de dividirse los beneficios, con indicación de las reservas que deba hacerlo.
- La duración precisa de la liquidación de la empresa para sus asociados.
- El nombre y el domicilio de la persona que será la representante legal.
- Copia de la escritura pública registrada en cámara y comercio de la ciudad.

De acuerdo con lo anterior, se puede dar con el inicio del tipo de sociedad, para SWEET CUPCAKES. Además también se debe tener en cuenta:

1. Reunir los Socios para la Constitución de la empresa (Personas Jurídicas).
2. Verificar en la Cámara de Comercio de su Jurisdicción (en este caso Villavicencio) que no exista nombre o razón social similar.
3. Elaboración de acta de constitución ante juez o notario o ante un funcionario autorizado de la Cámara de Comercio.
4. Obtener el correspondiente Registro Mercantil y el NIT de la fundación ante la Cámara de Comercio de Villavicencio.
5. Registrar los Libros de Contabilidad en la Cámara de Comercio:
6. Afiliar a los empleados y funcionarios de la fundación ante una Entidad Promotora de Salud, Fondo de Pensiones y ante una Administradora de Riesgos Profesionales.
7. Obtener el registro de Industria y Comercio en la Tesorería Municipal:
8. Solicitar la Matrícula Sanitaria en la Secretaría de Salud.

Es importante que la empresa tenga claro la razón de ser y defina un punto al cual llegar, así permitirá que se construya una organización sólida.

7.4 Análisis Técnico

Localización

El estudio técnico constituye el análisis de la factibilidad de la puesta en marcha del plan de negocios:

Ubicación de la empresa Cup Cakes



Figuras 3 Imagen de la ciudad de Villavicencio, Meta. Fuente: Google Maps 2017

El Círculo en rojo, muestra la mejor ubicación para el desarrollo del plan de negocios..

Villavicencio, al presentar el mayor crecimiento y desarrollo de la región, es la ciudad que más evidencia las tendencias globales en la región, haciendo que el proyecto sea más atractivo para la gente. Por esta razón, el plan de negocios de la empresa de Cup Cakes se llevará a cabo en el sector del centro de la ciudad, por ser la parte más concurrida, además concurrida por las personas de diferentes estratos sociales y edades.

La empresa de repostería se planea ubicar en la ciudad de Villavicencio, Meta, puesto que es la ciudad con mayor crecimiento urbano de la región. Se encuentra ubicada en el pie de monte de la Cordillera Oriental, al noroccidente del departamento del Meta, en el margen derecha del río Guatiquía, a 86 km del sur de Bogotá D.C., a dos horas y media de ésta por la autopista al llano, sostiene una temperatura de 27 °C (Villavicencio, 2015).

Estudio Técnico

) Ficha técnica del producto

Los cupcakes son tortas en presentación de porción individual, la mezcla utilizada será estándar con sabores a verduras saludables:

Productos sustitutos

Los productos sustitutos se pueden presentar dependiendo de la finalidad de estos, puesto que no necesariamente los productos de repostería se consumen en fechas especiales, sino que se ha convertido en atractivo y habitual para consumirse en cualquier momento, los productos con mayor competencia son los siguientes:

- Tortas de helado
- Ponqués
- Postres
- Muffis

Descripción del proceso productivo

Compra de materias primas

Las materias primas requeridas para la elaboración de los Cupcakes, se encuentran fácilmente en la ciudad de Villavicencio y se adquieren al por mayor y detal en tiendas especializadas en suministros de panadería o tiendas que ofrecen víveres en general.

Insumos requeridos para la producción básica de Cupcakes:

Insumos
- Harina
- Huevos
- Leche
- Edulcolorantes
- Esencias y saborizantes
- Polvo para hornear
- Azúcar
- Crema Chantilly
- Mantequilla
- Verduras

Tabla 3 Insumos para hacer Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Accesorios equipos y utensilios básicos

Cantidad	Accesorios y utensilios basicos	Precio Unitario	Precio Total
1	- Horno	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
1	- Nevera o refrigerador	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
1	- Mesa de acero inoxidable	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
1	- Cortador de masa	\$ 15.000	\$ 15.000
1	- Balanza o Gramera	\$ 60.000	\$ 60.000
5	Jarra medidora de diferentes tamaños	\$ 10.000	\$ 50.000
1	Rodillo	\$ 10.000	\$ 10.000
4	Moldes	\$ 20.900	\$ 83.600
1	Batidora	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
1	Licuadaora	\$ 695.000	\$ 695.000
2	Colador de acero	\$ 21.000	\$ 42.000
10	Moldes	\$ 7.000	\$ 70.000
3	Bandejas	\$ 44.900	\$ 134.700

Tabla 4 Accesorios equipos y utensilios básicos. Fuente: Autores del proyecto

La compra de los utensilios como cucharas, paletas y otros:

Cantidad	Accesorios y utensilios basicos	Precio Unitario	Precio Total
3	Cuchillos	\$ 5.000	\$ 15.000
3	Espatulas	\$ 1.000	\$ 3.000
3	Sartenes	\$ 25.000	\$ 75.000
2	Ralladores	\$ 4.000	\$ 8.000
2	Cacerolas	\$ 25.000	\$ 50.000

Tabla 5 Utensilios. Fuente: Autores del proyecto

Cantidad	Equipos de oficina	Precio Unitario	Precio Total
2	Computador	\$ 99.900	\$ 199.800
1	Impresora termica	\$ 189.000	\$ 189.000
1	Impresora	\$ 599.900	\$ 599.900
1	Telefono	\$ 25.000	\$ 25.000
1	Utilies de oficina	\$ 30.000	\$ 30.000

Tabla 6 Equipo de Oficina. Fuente: Autores del proyecto

Cantidad	Muebles y enseres	Precio Unitario	Precio Total
6	Mesas y sillas cuatro puesto	\$ 150.000	\$ 900.000
1	Vitrina mediana	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
1	Vitrina grande	\$ 750.000	\$ 750.000

Tabla 7 Mobiliario. Fuente: Autores del proyecto

Cantidad de insumo utilizado**1. –Ficha Técnica Ahuyama****Componente nutritivo:**

Se trata de una hortaliza baja en calorías y rica en nutrientes, cuyo consumo recomendado es de hasta tres veces a la semana, puesto que tiene un alto contenido de agua que baja su valor calórico (12 - 40 calorías por cada 100 gramos de auyama).

La fibra es otro componente de la auyama, además del betacaroteno y en menor proporción las vitaminas B2, B5, C y E.

16					
MATERIAS PRIMAS	valor unitario	CANTIDAD PREPARACION 1 CUPCAKE	CANTIDAD COMPRADA	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL COSTO UNITARIO
HARINA DE TRIGO	\$ 17	7	112	GRAMOS	\$ 1.904
AHUYAMA	\$ 6	7	112	GRAMOS	\$ 672
MANTEQUILLA	\$ 12	8	125	GRAMOS	\$ 1.498
AZUCAR	\$ 3	15	240	GRAMOS	\$ 720
HUEVOS	\$ 300	0,25	2	UNIDAD	\$ 600
LECHE	\$ 2	4	69	MILILITROS	\$ 138
ESCENCIA	\$ 8	0,5	8	MILILITROS	\$ 64
POLVO PARA HORNEAR	\$ 8	2	32	GRAMOS	\$ 256
CAPCILLOS	\$ 10	1	16	unidad	\$ 160
DECORACIÓN	\$ 81	1	16	UNIDAD	\$ 1.296
EMPAQUE	\$ 200	1	16	UNIDAD	\$ 3.200
TOTAL	\$ 657				\$ 10.507

Tabla 8 Costo de Insumos Cupcakes de Ahuyama. Fuente: Autores del proyecto

2- Ficha Técnica Zanahoria

Componente nutritivo

Las zanahorias son una hortaliza más que saludable, ya que esta verdura tiene un contenido nutritivo muy balanceado entre vitaminas, minerales, agua e hidratos de carbono, además de azúcares naturales. Por esto mismo, nunca está de más comerlas a menudo, para obtener todos sus beneficios.

16					
MATERIAS PRIMAS	valor unitario	CANTIDAD PREPARACION 1 CUPCAKE	CANTIDAD COMPRADA	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL COSTO UNITARIO
HARINA DE TRIGO	\$ 17	7	112	GRAMOS	\$ 1.904
ZANAHORIA	\$ 11	7	112	GRAMOS	\$ 1.188
MANTEQUILLA	\$ 12	8	125	GRAMOS	\$ 1.498
AZUCAR	\$ 3	15	240	GRAMOS	\$ 720
HUEVOS	\$ 300	0,25	2	UNIDAD	\$ 600
LECHE	\$ 2	4	69	MILILITROS	\$ 138
ESCENCIA	\$ 8	0,5	8	MILILITROS	\$ 64
POLVO PARA HORNEAR	\$ 8	2	32	GRAMOS	\$ 256
CAPCILLOS	\$ 10	1	16	unidad	\$ 160
DECORACIÓN	\$ 81	1	16	UNIDAD	\$ 1.296
EMPAQUE	\$ 200	1	16	UNIDAD	\$ 3.200
TOTAL	\$ 689				\$ 11.023

Tabla 9 Costo de insumos Cupcakes de Zanahoria. Fuente: Autores del proyecto

3- Ficha Técnica Espinaca

Composición nutricional

Las espinacas son un alimento rico en vitamina K ya que 100 g. de esta verdura contienen 307 ug. de vitamina K. Este alimento también tiene una alta cantidad de vitamina B9. La cantidad de vitamina B9 que tiene es de 145 ug por cada 100 g.

Con una cantidad de 589,17 ug por cada 100 gramos, las espinacas también es también uno de los alimentos con más vitamina A.

Las espinacas se encuentran entre los alimentos bajos en calorías ya que 100 g. de este alimento contienen tan solo 20,74 kcal.

16					
MATERIAS PRIMAS	valor unitario	CANTIDAD PREPARACION 1 CUPCAKE	CANTIDAD COMPRADA	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL COSTO UNITARIO
HARINA DE TRIGO	\$ 17	7	112	GRAMOS	\$ 1.904
ESPINACA	\$ 57	7	112	GRAMOS	\$ 6.384
MANTEQUILLA	\$ 12	8	125	GRAMOS	\$ 1.498
AZUCAR	\$ 3	15	240	GRAMOS	\$ 720
HUEVOS	\$ 300	0,25	2	UNIDAD	\$ 600
LECHE	\$ 2	4	69	MILILITROS	\$ 138
ESCENCIA	\$ 8	0,5	8	MILILITROS	\$ 64
POLVO PARA HORNEAR	\$ 8	2	32	GRAMOS	\$ 256
CAPCILLOS	\$ 10	1	16	unidad	\$ 160
DECORACIÓN	\$ 81	1	16	UNIDAD	\$ 1.296
EMPAQUE	\$ 200	1	16	UNIDAD	\$ 3.200
TOTAL	\$ 1.014				\$ 16.219

Tabla 10 Costo de insumos Cupcakes de Espinaca. Fuente: Autores del proyecto

Preparación de los ingredientes

Al momento de iniciar con la producción de los cupcakes, se miden en cantidades exactas los ingredientes principales, usando los utensilios, para garantizar la exactitud de la receta y la consistencia del CupCakes.

Dosificación de los cupcakes en los moldes y horneo

Una vez se obtiene la mezcla homogénea, se vierte aproximadamente 80 gr sobre cada uno de los capachillos que previamente se han ubicado en los moldes y se lleva al horno precalentado durante veinte minutos (20 min).

Decoración de los Cupcakes

Una vez han salido los cupcakes del horno, se espera a que estén a temperatura ambiente para proceder a cubrirlos con el fondant o crema utilizado por la empresa o dependiendo del cliente. Puede variar la decoración, como una imagen, una letra o una palabra todo a su vez que estará limitado al tamaño del cupcake.

Fecha de consumo preferente y condiciones de almacenamiento:

Se recomienda consumirlo al tiempo de la compra, sin embargo, si se van almacenar no es recomendable hacerlo en la nevera sino en un recipiente hermético; su almacenamiento puede ser

máximo de 3 días a temperatura ambiente.

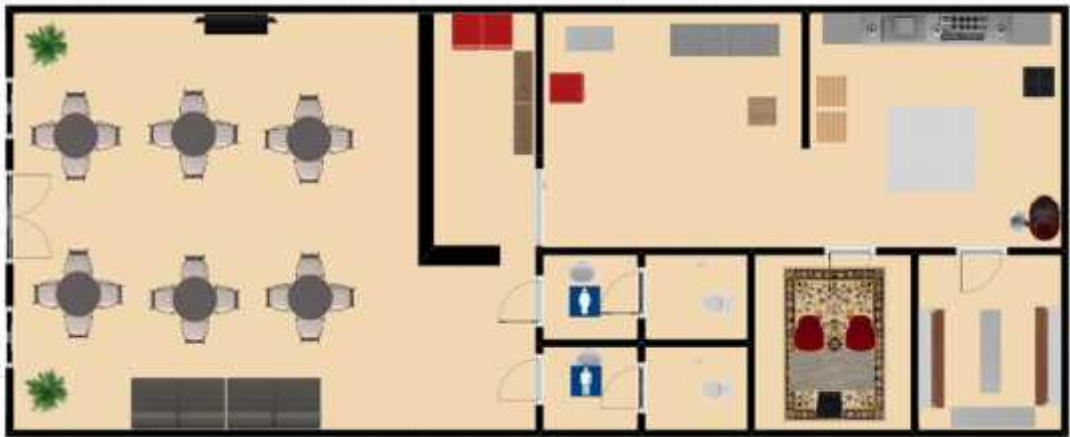
Preparación de la Mezcla						
Operación	Transporte	Inspección	Retrasos	Almacenamiento	Descripción	Tiempo (min.)
●	→	□	⌋	▽	El auxiliar de cocina recibe la orden	2
○	→	□	⌋	▽	El empleado se dirige a la bodega	2
●	→	□	⌋	▽	Toma los insumos, y los envases necesarios para la preparación	3
●	→	□	⌋	▽	Pesa la materia prima necesaria	8
○	→	□	⌋	▽	Transporta la materia prima a la batidora	1
●	→	□	⌋	▽	Acondicionar el horno	1
●	→	□	⌋	▽	Colocar capacillos en moldes	6
●	→	□	⌋	▽	se vierte los ingredientes para el primero mezclado	15
○	→	□	⌋	▽	transporte del primer mezclado a recipientes	0,5
○	→	□	⌋	▽	transporte de la materia prima a la batidora	0,5
●	→	□	⌋	▽	se prepara segundo mezclado de materia prima (leche, esencia, huevos)	10
●	→	□	⌋	▽	Se unen las dos mezclas	3
○	→	■	⌋	▽	Inspeccionar que la mezcla, tenga la textura adecuada	1
●	→	□	⌋	▽	Verter la mezcla en los moldes	6
○	→	□	⌋	▽	Se transporta para hornear	2
●	→	□	⌋	▽	Honear	30
○	→	□	⌋	▽	se guarda lo que sobró de la preparación	3

Proceso de Decoración						
Operación	Transporte	Inspección	Retrasos	Almacenamiento	Descripción	Tiempo (min.)
					Se dirige al horno	2
					Saca los cup cakes	5
					los lleva para la mesa	2
					Realiza la decoración	17

Empaque						
Operación	Transporte	Inspección	Retrasos	Almacenamiento	Descripción	Tiempo (min.)
					Se ajusta la caja para su empaque	5
					Se empacan los cupcakes en la caja	8
					Se marca la caja de acuerdo a las especificaciones del cliente	5
					Se lleva para ser entregado	3

Tabla 11 Descripción del proceso. Fuente Autores del proyecto

Distribución de la Planta del proyecto



Figuras 4 Distribución de la planta. Fuente Autores del proyecto

Distribución de la Planta del proyecto



Figuras 5 Descripción de la planta (costado). Fuente: Autores del proyecto

Condiciones generales de la construcción

-) La planta debe situarse en zonas exentas de olores, humo, polvo y otros contaminantes y no expuestas a inundaciones.
-) El edificio o local deben ser de construcción sólida y tienen que mantenerse en buen estado.
-) Los sistemas de extracción de aire deben tener filtros.
-) Es importante contar con unos abastecimientos de agua potable fría y caliente, así como a presión adecuada.
-) Las instalaciones eléctricas internas estarán incrustadas en la pared o si son externas dentro de canales plásticas aseguradas a la misma.
-) Todas las tomas corrientes deben contar con tapa plástica.
-) Se deberá utilizar iluminación fluorescentes por su consuma bajo, generan menos calor en el ambiente y poseen un mayor rendimiento.

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción desarrollada para los próximos cinco años de la actividad.

) Capacidad diseñada del proyecto

Es el nivel máximo de producción de los cupcakes a base de vegetales, durante un año, trabajando 24 horas al día, 30 días al mes y los 12 meses del año. Según la proyección y de acuerdo al tipo de horno utilizado de tres bandejas con capacidad de 16 unidades cada una, así como el tiempo de cocción de un cupcake es de 20 minutos y se pueden preparar 48 en el horno, capacidad de producir en una (1) hora son de 144 Cupcakes. (ver tabla).

Capacidad Diseñada del proyecto					
Cantidad en el horno	Tiempo				
	20 minutos	1 hora	24 horas	1 Mes	1 Año
48	48	144	3456	89856	1078272

Tabla 12 Capacidad diseñada del proyecto. Fuente: Autores del proyecto

) Capacidad instalada del proyecto

Se establece al nivel máximo disponible permanente, que estaría representado por un horario de trabajo de 8 horas al día, seis (6) días a la semana, treinta (26) días y los doce (12) del año. (ver tabla).

Capacidad instalada del proyecto	
Cantidad en el	Tiempo

horno	20 minutos	1 hora	8 horas	1 Mes	1 Año
48	48	144	1152	29952	359424

Tabla 13 Capacidad Instalada del proyecto. Fuente: Autores del proyecto

) Capacidad Utilizada del proyecto

Se establece el nivel de producción utilizada en 1 hora una tanda de 48 cup cakes, preparación 20 minutos.(ver tabla)

Capacidad Utilizada del proyecto					
Cantidad en el horno	Tiempo				
	20 minutos	1 hora	4 horas	1 Mes	1 Año
48	48	96	384	9984	119808

Tabla 14 Capacidad Utilizada del proyecto. Fuente: Autores del proyecto

Costos De Producción

El objeto es determinar la planificación del costo de producción, el cual consiste en la determinación previa de los costos, para obtener un volumen dado en la producción; para tomar decisiones acertadas.

Arriendo

En el caso del proyecto se tiene estimado un presupuesto de arriendo de **\$ 1.500.000** mensuales con un área para producción y ventas, teniendo como objetivo un espacio de más o menos de 130 mt². Establecido en el sector comercial de la ciudad de Villavicencio.

Materiales Directos

Las materias primas son costos estimados dependiendo de la producción que se tenga. Los cuales arrojan un costo de: \$ / Cupcake

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR TOTAL	VALOR UNITARIO
HARINA	50.000	Gramos	\$ 79.499	\$ 11
AHUYAMA	50.000	Gramos	\$ 35.000	\$ 5
ZANAHORIA	50.000	Gramos	\$ 68.000	\$ 11
ESPINACA	15.000	Gramos	\$ 57.000	\$ 57
MANTEQUILLA	2500	Gramos	\$ 29.400	\$ 12
AZUCAR	2500	Gramos	\$ 6.900	\$ 3
HUEVOS AA	30	UNIDAD	\$ 9.000	\$ 300
LECHE	13200	MILILITROS	\$ 21.900	\$ 2
ESCENCIA	500	MILILITROS	\$ 4.200	\$ 8
POLVO				
HORNEAR	1000	Gramos	\$ 7.000	\$ 7
CAPACILLOS	500	UNIDAD	\$ 4.500	\$ 9
DECORACIÓN	16	unidad	\$ 1.300	\$ 81
EMPAQUE	16	UNIDAD	\$ 3.200	\$ 200

Tabla 15 Materiales Directos. Fuente Autores del proyecto

Costo Mano de Obra Directa por cada Cupcake

Se tiene estima la utilización para la producción de los cupcakes a base de Vegetales, un pastelero y un Auxiliar de Cocina; los cuales se les pagará con todas las prestaciones sociales de ley.

Según la capacidad utilizada para el proyecto, la cantidad de Cupcakes elaborados por hora serán de 144, y se estima que la hora de trabajo del pasterelo es de \$ 6.734 pesos; entonces obtendremos lo que cuesta implementar la mano de obra del pastelero en un solo Cupcake, el cual es de **\$ 47 pesos**. Lo obtenemos al dividir la hora de trabajo del pastelero por, el número de cupcakes que se elaboran en dicha hora.

Por otro lado, para determinar cuánto cuesta para el proyecto la elaboración de un solo Cupcake utilizando al auxiliar de cocina, cogemos la hora que cuesta para la empresa, el cual tiene un valor de \$ 5.074 pesos lo dividimos por el número de cupacakes que se elaboran en una hora que son 144 y nos da como resultado \$ 35 pesos.

CONCEPTO	Sueldo Mensual	Valor día trabajo	Valor hora trabajo	Cantidad Cupcakes Hora	Costo por cada cupcake
Mano de obra pastelero	\$1.616.078	\$ 53.869	\$ 6.734	144	\$ 47
Mano de obra auxiliar de cocina	\$1.217.865	\$ 40.596	\$ 5.074	144	\$ 35

Tabla 16 Mano de obra Producción. Fuente: Autores del proyecto

Costo Servicios públicos (Energía eléctrica, Agua y Gas)

Costo Energía Eléctrica

Para determinar el costo de la energía eléctrica, se tomó los electrodomésticos que se emplean para la elaboración de los Cup Cakes, así como la cantidad de bombillos adecuados para la iluminación del lugar y obtenemos los siguientes resultados:

Consumo de Energía Eléctrica							
CONCEPTO	Vatios de Potencia	Equivalencia en Kwh (1000)	Horas de uso al día	Tiempo de uso de horas al día	Consumo en Kwh mes	Cantidad utilizada Área de producción	Consumo total al mes Kwh
Bombilla ahorradora 20 w	20	0,02	8	0,16	4,8	6	28,8
Nevera	180	0,18	24	4,32	129,6	1	129,6
Batidora	200	0,2	0,33	0,066	1,98	1	1,98
Licuada	400	0,4	0,25	0,1	3	1	3
Extractor de aire	500	0,5	8	4	120	1	120
						Total	283,38

Tabla 17 Consumo de energía KWH. Fuente: Autores del proyecto

Los kilovatios utilizados al mes, para la elaboración de los cupcakes son de 283,38 Kwh, pero para determinar cuánto es el valor que cuesta elaborar un cupcake se empleó la tarifa utilizada por la empresa Electrificadora del Meta S.A (EMSA), en el sector comercial junto la contribución que se debe hacer y el valor es de \$ 605,24 por cada Kwh de consumo. (Electrificadora del Meta 2017).

El Precio que se debe pagar mensualmente por el consumo de la energía es multiplicar los **283,38 Kwh** por **\$ 605,24** nos da un total de **\$ 171.513 al mes** en la parte de producción.

Ahora para determinar el valor del consumo en un solo Cupcake se toma el valor mensual en este caso es \$ 171.513 y se divide por el valor por la cantidad elaborada al mes de Cupcakes que son 9984, nos da un costo de **\$17 pesos** de energía eléctrica.

Costo por cada Cupcake			
Cantidad Cupcakes al mes	Precio Kwh comercial Industrial	Consumo al mes \$	Consumo por cada Cupcake
9984	\$ 605,24	\$ 171.513	\$ 17

Tabla 18 Costo cada Cupcake. Fuente Autores del proyecto

) Costo de Gas natural

Para determinar el costo del gas natural, se empleó determinando el consumo del m³ en el horno industrial utilizado. Los datos arrojados son los siguientes:

Consumo de Gas				
Concepto	m ³	Horas de uso al día	Consumo al día	Consumo al Mes
Horno	0,695	4	2,78	83,4

Tabla 19 Consumo del Gas. Fuente: Autores del proyecto

Una vez se conoce la cantidad que se consume al mes, el cual es 83,4 m³ de gas se multiplica por el precio suministrado por la Empresa Pública de Medellín (EPM), datos establecidos para el año 2017. Valor estimado en \$ 3.265,19 pesos m³ de gas, esto da un consumo al mes de \$ 272.317 pesos. Ahora dividimos este valor por la cantidad de Cupcakes que se elaboran al mes 9984, se obtiene un costo por cada uno de **\$ 27 pesos**.

Consumo cada Cupcake				
Cantidad de Cupcakes al mes	Consumo al Mes	Precio m ³ de Gas	Consumo al mes \$	Consumo por cada Cupcake
9984	83,4	\$ 3.265,19	\$ 272.317	\$ 27

Tabla 20 Consumo de gas por cada Cupcakes. Fuente: Autores del proyecto

Costo del Agua

Para determinar el costo promedio mensual que consume un establecimiento de comercio en la ciudad de Villavicencio, se consultó los registros utilizados por la empresa de Acueducto y alcantarillado de Villavicencio (2017), los cuales determinan que consumen 12 metros cúbicos de agua, así se dispuso de establecer la simulación del costo promedio determinado en los 12 metros cúbicos de agua. Los resultados son los siguientes:

Simulación calculo de consumo

USO
Sector Comercial

CONSUMO
12

Subsidio 0%
Aporte 60%
Acuerdo Municipal No 125 de 2011

Acueducto

Descripcion	Cantidad	Costo Unidad	Valor a pagar
Cargo Fijo Acueducto	1	\$ 9471	\$ 9471
Consumo Basico Acueducto	0 - 20	12	\$ 2889
Consumo Complementario Acueducto	21 - 40	0	\$ 2889
Consumo Suntuario Acueducto	Mayor 40	0	\$ 2889
Total Acueducto:			\$44144

Alcantarillado

Descripcion	Cantidad	Costo Unidad	Valor a pagar
Cargo Fijo Alcantarillado	1	\$ 6586	\$ 6586
Consumo Basico Alcantarillado	0 - 20	12	\$ 2718
Consumo Complementario Alcantarillado	21 - 40	0	\$ 2718
Consumo Suntuario Alcantarillado	Mayor 40	0	\$ 2718
Total Alcantarillado:			\$ 39207
TOTAL MES:			\$ 83351

Tabla 21 Consumo de agua. Fuente: Empresa de acueducto y alcantarillado de Villavicencio, 2017

Ahora para determinar el costo de cada cupcakes se empleó el siguiente método: El consumo que arroja el simulador es de todo el establecimiento, así que se hará es dividir ese valor en dos, uno quedará para la parte de producción y la otra mitad para el área de producción y Administración. Cada valor queda con \$ 41.671 pesos de consumo de agua. Valor total de \$ 83.351.

Entonces, tomamos el valor antes indicado y lo dividimos por el número de cupcakes se elaboran al mes, y da un costo por cada de uno de **\$ 4 pesos**.

Consumo de agua por cada Cupcake		
Cantidad de Cupcakes al mes	Consumo al mes \$	Consumo por cada Cupcake
9984	\$ 41.671	\$ 4

Tabla 22 Consumo de Agua por cada Cupcake. Fuente: Autores del proyecto

Costo Total de Producción por cada Producto

AHUYAMA		ZANAHORIA		ESPINACA	
MATERIAS PRIMAS	valor unitario	MATERIAS PRIMAS	valor unitario	MATERIAS PRIMAS	valor unitario
SUBTOTAL	\$ 657	TOTAL	\$ 689	TOTAL	\$ 1.014
Mano de obra pastelero	\$ 70	Mano de obra pastelero	\$ 70	Mano de obra pastelero	\$ 70
mano de obra auxiliar de cocina	\$ 53	mano de obra auxiliar de cocina	\$ 53	mano de obra auxiliar de cocina	\$ 53
Servicios publicos (Luz, Agua y Gas)	\$ 49	Servicios publicos (Luz, Agua y Gas)	\$ 49	Servicios publicos (Luz, Agua y Gas)	\$ 49
Arriendo	\$ 11	Arriendo	\$ 11	Arriendo	\$ 11
Total	\$ 840	Total	\$ 872	Total	\$ 1.197

Tabla 23 Costo por cada Cupcake en los tres sabores: Ahuyama, Zanahoria y Espinaca. Fuente: Autores del proyecto

Las tabla con ingrediente de Ahuyama arroja que para producir un solo Cupcake costara \$703 pesos, para el ingrediente de Zanahoria el costo de un Cupcake será de \$781 pesos y por ultimo tenemos el ingrediente de Espinaca de Cupcake estará en \$1.107 pesos, cuyo valor es el más alto debió a que es el producto más costoso en el mercado.

Para determinar qué cantidad se deberá hacer de cada uno de los productos manejados, se basará de la encuesta realizada a los ciudadanos de Villavicencio, de los cuales establecen que el producto el cual estarían dispuestos a consumir más seria la Zanahoria con un porcentaje de 53%; el segundo a probar con un porcentaje menor será la Ahuyama con 27% y por último la

espinaca por debajo con 20%. De acuerdo a estos porcentajes se decidió que de los 144 cupcakes que se van a producir al mes, 76 de ellos serán de Zanahoria, 39 de Ahuyama y 29 de Espina.

Se ha determinado que el incremento para los próximos años, se tomara como base el promediado de los últimos 7 años registrados en la inflación, pero solo se tomara como base los últimos tres años, el cual nos arroja 5,39 % de promedio, este será la referencia, para estimar los próximos cinco (5) años del proyecto.

Inflación últimos siete (7) periodos

Inflacion Anual últimos 7 años	
Año	Inflación
2010	3,17%
2011	3,73%
2012	2,44%
2013	1,94%
2014	3,66%
2015	6,77%
2016	5,75%

Tabla 24 Inflación Registrada últimos (7) años. Fuente Dane

Para determinar el promedio se tomara los últimos tres periodos registrados, quedando así con un promedio de inflación de 5,39%.

Depreciación

La Depreciación estimada teniendo en cuenta la inversión en maquinaria, equipo e utensilios se estima de la siguiente manera:

Depreciación Equipos , Utensilios de Producción					
Cantidad	Equipos de oficina	Precio Unitario	Precio Total	Depreciación	UIN
1	Horno	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 1.000.000	\$ 83.333
1	Nevera o refrigerador	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 250.000	\$ 20.833
1	Balanza o Gramera	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 3.000	\$ 250
1	Extractor de aire	\$ 247.900	\$ 247.900	\$ 12.395	\$ 1.033
5	Jarra medidora de todos los tamaños	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 500	\$ 42
1	Mesa de acero inoxidable	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 60.000	\$ 5.000
1	Rodillo	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 500	\$ 42
10	Moldes	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 350	\$ 29
2	Colador de Acero	\$ 21.000	\$ 21.000	\$ 1.050	\$ 88
3	Bandejas	\$ 44.900	\$ 44.900	\$ 2.245	\$ 187
1	Cortador de Masa	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 750	\$ 63
3	Cuchillos	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 250	\$ 21
3	Espatulas	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 50	\$ 4
3	Sartenes	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 1.250	\$ 104
2	Ralladores	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ 200	\$ 17
2	Cacerolas	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 1.250	\$ 104
			\$ 14.175.800	\$ 1.333.790	\$ 111.149

Tabla 25 Depreciación Área de producción. Fuente: Autores del proyecto

Depreciación Equipos , Utensilios Área Comercial y Administrativo					
Cantidad	Equipos de oficina	Precio Unitario	Precio Total	Depreciación	UIN
2	Computador	\$ 999.900	\$ 1.999.800	\$ 99.990	\$ 8.333
1	Televisor 43"	\$ 1.249.000	\$ 1.249.000	\$ 62.450	\$ 5.204
1	Impresora termica	\$ 189.000	\$ 189.000	\$ 9.450	\$ 788
1	Impresora	\$ 599.900	\$ 599.900	\$ 29.995	\$ 2.500
1	Telefono	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 1.250	\$ 104
6	Mesas y sillas cuatro puesto	\$ 150.000	\$ 900.000	\$ 45.000	\$ 3.750
1	Vitrina mediana	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 60.000	\$ 5.000
1	Vitrina grande	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 37.500	\$ 3.125
			\$ 6.912.700	\$ 345.635	\$ 28.803

Tabla 26 Depreciación Área Comercial y Administrativa. Fuente: Autores del proyecto

7.5 Estudio De Impacto Ambiental

Información General

El desarrollo del siguiente trabajo busca determinar la factibilidad de una empresa dedicada la fabricación de cupcakes a base de vegetales, es muy importante determinar que no es un tipo de negocio que represente una afectación severa para el medio ambiente, sin embargo es determinante establecer el impacto que esté ocasione. Para ello se realizará un análisis utilizando

la herramienta conocida como la matriz de Leopold, el cual consiste en la causa y efecto del impacto ambiental.

Componentes	Acciones impactantes		Acciones del Proyecto		
	Factores impactantes		Producción	Ventas	Administración
Físico	Atmosfera	Aire	1		
	Hidrologia	Cantidad	2		
	Paisaje	Calidad			
	Suelo	Calidad			
		Compactación			
Biológico	Fauna	Desplazamiento			
	Flora	Cobertura			
Socio-económico	Población	Salud	1		
	Económica	Empleo			2
		Industriales			
		Agropecuaria			
		Transporte			
		Turismo			
		Comercio		2	

Tabla 27 Matriz de Impacto Ambiental de Leopold. Fuente: Autores del Proyecto

Ponderación de Impactos

Impacto débil 1

Impacto Moderado 2

Impacto Fuerte 3

En la Matriz se presentan los factores que impacta la organización con cada uno de sus procesos: Área administración, Producción y ventas que se encuentra en el desarrollo de estas acciones tiene influencia en cuanto al ambiente físico, específicamente en relación con la atmosfera debido a la emisión de gas y olores, así como hídricos en la utilización del agua y los vertimientos que se causan, el impacto es moderado. Del mismo modo en el plano social y económico en lo que atañe a la salud, cabe resaltar que no es un impacto alto debido a que los productos son a base de vegetales y el empleo es moderado positivo teniendo en cuenta que la empresa solo cuenta con (4) cuatro empleados.

7.6 Estudio Financiero

) Precio de Venta

De acuerdo con la investigación de mercados, al ser consultados por el precio que estarían dispuesto a pagar por un Cupcake, la mayoría consideran que es razonable pagar por ellos un valor de \$ 2.500 pesos; Ahora si comparamos los costos de producción de cada uno de los sabores que se van a manejar, es razonable utilizar este precio utilizando el beneficio costo.

Así mismo para la proyección del precio del cupcake en los próximos cinco años estará sujeta al incremento generado por la inflación, así que se estableció un promedio tomando la inflación establecida en los últimos siete años (ver tabla anterior de inflación). Cuyo promedio esta en 5,39% de inflación.

Incrementos en las ventas próximos cinco (5) años

Se espera que para el próximo año se genere un incremento de 6 % y para los próximos años sea del 7% para los años posteriores.

) Incremento de las ventas

Producto		Cantidad	Precio	Total
Año 1	Zanahoria	63498	\$ 2.500	\$158.745.000
	Ahuyama	32348	\$ 2.500	\$ 80.870.000
	Espinaca	23962	\$ 2.500	\$ 59.905.000
Total		119808		\$299.520.000
Año2	Zanahoria	65403	\$ 2.650	\$173.317.791
	Ahuyama	33318	\$ 2.650	\$ 88.293.866
	Espinaca	24681	\$ 2.650	\$ 65.404.279
Total		123402		\$327.015.936
Año3	Zanahoria	68019	\$ 2.836	\$192.868.038
	Ahuyama	34651	\$ 2.836	\$ 98.270.740
	Espinaca	25668	\$ 2.836	\$ 72.794.716
Total		128338		\$363.933.493
Año4	Zanahoria	70740	\$ 3.035	\$214.661.398
	Ahuyama	36037	\$ 3.035	\$109.372.977
	Espinaca	26695	\$ 3.035	\$ 81.018.773
Total		133472		\$405.053.148
Año5	Zanahoria	73569	\$ 3.247	\$238.875.204
	Ahuyama	37479	\$ 3.247	\$121.693.383
	Espinaca	27763	\$ 3.247	\$ 90.145.198
Total		138811		\$450.713.785

Tabla 28 Incrementos en las ventas. Fuente Autores del proyecto

) **Nomina**

NOMINA															
CARGO	SALARIO BASICO	SUBSIDIO DE TRANS	TOTAL SALARIO	TOTAL SALARIO ANUAL	SALUD	PENSION	CESANTIAS	INTERES DE CESANTIAS	PRIMA LEGAL	VACACIONES	APORTES PARAFISCALES			SUBTOTAL	TOTAL NOMINA
					8,50%	12,00%	8,33%	12%	8,33%	4,17%	CAJA DE COMPENSACION	ICBF	SENA		
ADMINISTRADOR	\$ 1.200.000	\$ 83.140	\$ 1.283.140	\$ 15.397.680	\$ 1.224.000	\$ 1.728.000	\$ 1.283.140	\$ 153.977	\$ 1.200.000	\$ 599.904	\$ 576.000	\$ 432.000	\$ 288.000	\$ 7.485.021	\$ 22.882.701
ASESOR DE SERVICIO	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 820.857	\$ 9.850.284	\$ 752.471	\$ 1.062.312	\$ 820.857	\$ 98.503	\$ 737.717	\$ 368.799	\$ 354.104	\$ 265.578	\$ 177.052	\$ 4.637.395	\$ 14.487.679
PASTELERO	\$ 1.000.000	\$ 83.140	\$ 1.083.140	\$ 12.997.680	\$ 1.020.000	\$ 1.440.000	\$ 1.083.140	\$ 129.977	\$ 1.000.000	\$ 499.920	\$ 480.000	\$ 360.000	\$ 240.000	\$ 6.253.037	\$ 19.250.717
AUX. DE COCINA	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 820.857	\$ 9.850.284	\$ 752.471	\$ 1.062.312	\$ 820.857	\$ 98.503	\$ 737.717	\$ 368.799	\$ 354.104	\$ 265.578	\$ 177.052	\$ 4.637.395	\$ 14.487.679
TOTAL	\$ 3.675.434	\$ 332.560	\$ 4.007.994	\$ 48.095.928	\$ 3.748.943	\$ 5.292.625	\$ 4.007.994	\$ 480.959	\$ 3.675.434	\$ 1.837.423	\$ 1.764.208	\$ 1.323.156	\$ 882.104	\$ 23.012.847	\$ 71.108.775

Tabla 29 Nomina de la empresa. Fuente: Autores del proyecto

Nomina Producción

NOMINA OPERATIVO															
CARGO	SALARIO BASICO	SUBSIDIO DE TRANS	TOTAL SALARIO	TOTAL SALARIO ANUAL	SALUD	PENSION	CESANTIAS	INTERES DE CESANTIAS	PRIMA LEGAL	VACACIONES	APORTES PARAFISCALES			SUBTOTAL	TOTAL NOMINA
					8,50%	12,00%	8,33%	12%	8,33%	4,17%	CAJA DE COMPENSACION	ICBF	SENA		
PASTELERO	\$ 1.000.000	\$ 83.140	\$ 1.083.140	\$ 12.997.680	\$ 1.020.000	\$ 1.440.000	\$ 1.083.140	\$ 129.977	\$ 1.000.000	\$ 500.000	\$ 480.000	\$ 360.000	\$ 240.000	\$ 6.253.117	\$ 19.250.797
AUX. DE COCINA	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 820.857	\$ 9.850.284	\$ 752.471	\$ 1.062.312	\$ 820.857	\$ 98.503	\$ 737.717	\$ 368.859	\$ 354.104	\$ 265.578	\$ 177.052	\$ 4.637.454	\$ 14.487.738
TOTAL	\$ 1.737.717	\$ 166.280	\$ 1.903.997	\$ 22.847.964	\$ 1.772.471	\$ 2.502.313	\$ 1.903.997	\$ 228.480	\$ 1.737.717	\$ 868.859	\$ 834.104	\$ 625.578	\$ 417.052	\$ 10.890.571	\$ 33.738.534

Tabla 30 Nomina Área de Producción. Fuente: Autores del proyecto

Nómina de Administración y Ventas

NOMINA ADMINISTRATIVO															
CARGO	SALARIO BASICO	SUBSIDIO DE TRANS	TOTAL SALARIO	TOTAL SALARIO ANUAL	SALUD	PENSION	CESANTIAS	INTERES DE CESANTIAS	PRIMA LEGAL	VACACIONES	APORTES PARAFISCALES			SUBTOTAL	TOTAL NOMINA
					8,50%	12,00%	8,33%	12%	8,33%	4,17%	CAJA DE COMPENSACION	ICBF	SENA		
ADMINISTRADOR	\$ 1.200.000	\$ 83.140	\$ 1.283.140	\$ 15.397.680	\$ 1.224.000	\$ 1.728.000	\$ 1.283.140	\$ 153.977	\$ 1.200.000	\$ 600.000	\$ 576.000	\$ 432.000	\$ 288.000	\$ 7.485.117	\$ 22.882.797
ASESOR DE SERVICIO	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 820.857	\$ 9.850.284	\$ 752.471	\$ 1.062.312	\$ 820.857	\$ 98.503	\$ 737.717	\$ 368.859	\$ 354.104	\$ 265.578	\$ 177.052	\$ 4.637.454	\$ 14.487.738
TOTAL	\$ 1.937.717	\$ 166.280	\$ 2.103.997	\$ 25.247.964	\$ 1.976.471	\$ 2.790.313	\$ 2.103.997	\$ 252.480	\$ 1.937.717	\$ 968.859	\$ 930.104	\$ 697.578	\$ 465.052	\$ 12.122.570	\$ 37.370.534

Tabla 31 Nomina Área Comercial y Administrativa. Fuente: Autores del proyecto

Proyección salario en los próximos años (2 al 5)

Se toma base el porcentaje obtenido de los últimos tres años del incremento salarial y se promedia años 2015 4,6%, año 2016 7%, año 2017 7%. Porcentaje promediado 6,32%.

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL EMPLEADOS	\$ 76.187.277	\$ 81.002.313	\$ 86.121.659	\$ 91.564.548

Tabla 32 Proyección salarial años 2 al 5. Fuente: Autores del proyecto

) Gastos de Administración y Ventas

Gastos de Administración y Área Comercial		
Concepto	Valor Mensual Discriminado	Valor mensual
Nomina		\$3.137.595
Administrador	\$ 1.919.729	
Asesor de servicio	\$ 1.217.865	
Arriendo		\$ 750.000
Servicios Publicos		\$ 92.284
Energia Electrica	\$ 50.613	
Agua	\$ 41.671	
Depreciación		\$ 28.803
TOTAL		\$4.008.681

Tabla 33 Gastos de Administración y Comercial. Fuente: Autores del proyecto

) Gastos pre operativos

Destalle de Inversión	COSTO
Estudio de pre factibilidad	\$ 2.500.000
Gastos de constitución (cámara de comercio)	\$ 500.000
Licencias (carnet manipulación alimentos y otros	\$ 200.000
Montaje y pruebas para puesta en marcha	\$ 1.000.000
Imprevistos y otros	\$ 3.000.000
Total Gastos Pre operativos	\$ 7.200.000

Tabla 34 Gastos Pre operativos. Fuente Autor del proyecto

) Gastos de Publicidad:

El valor del gasto de publicidad para el primer año será de \$ 3'000.000 y se mantendrá así por los próximos cuatro años.

) Financiación

Se recurrirá a un crédito de libre inversión, a una tasa efectiva anual del 36,71%, tomado según la indagación a través del sitio web del banco Bancolombia, convertida a un interés mensual de 2,64% (Grupo Bancolombia, 2017). Plazo del crédito a 5 años.

CUOTA	834.822		PLAZO	5
TASA DE INTERES	2,64%	E.A.	36,71%	60
PERIODO	SALDO DEUDA	INTERES	CUOTA	ABONO
0	\$ 37.000.000			
1	\$ 37.141.978	\$ 976.800	\$ 834.822	\$ (141.978)
2	\$ 37.287.704	\$ 980.548	\$ 834.822	\$ (145.726)
3	\$ 37.437.278	\$ 984.395	\$ 834.822	\$ (149.573)
4	\$ 37.590.800	\$ 988.344	\$ 834.822	\$ (153.522)
5	\$ 37.748.375	\$ 992.397	\$ 834.822	\$ (157.575)
6	\$ 37.910.110	\$ 996.557	\$ 834.822	\$ (161.735)
7	\$ 38.076.115	\$ 1.000.827	\$ 834.822	\$ (166.005)
8	\$ 38.246.502	\$ 1.005.209	\$ 834.822	\$ (170.387)
9	\$ 38.421.388	\$ 1.009.708	\$ 834.822	\$ (174.886)
10	\$ 38.600.891	\$ 1.014.325	\$ 834.822	\$ (179.503)
11	\$ 38.785.132	\$ 1.019.064	\$ 834.822	\$ (184.242)
12	\$	\$	\$	\$

11.992.102

	38.974.238	1.023.927	834.822	(189.105)	
13	\$ 39.168.335	\$ 1.028.920	\$ 834.822	\$ (194.098)	
14	\$ 39.367.558	\$ 1.034.044	\$ 834.822	\$ (199.222)	
15	\$ 39.572.039	\$ 1.039.304	\$ 834.822	\$ (204.482)	
16	\$ 39.781.919	\$ 1.044.702	\$ 834.822	\$ (209.880)	
17	\$ 39.997.340	\$ 1.050.243	\$ 834.822	\$ (215.421)	
18	\$ 40.218.447	\$ 1.055.930	\$ 834.822	\$ (221.108)	
19	\$ 40.445.392	\$ 1.061.767	\$ 834.822	\$ (226.945)	
20	\$ 40.678.329	\$ 1.067.758	\$ 834.822	\$ (232.936)	
21	\$ 40.917.415	\$ 1.073.908	\$ 834.822	\$ (239.086)	
22	\$ 41.162.812	\$ 1.080.220	\$ 834.822	\$ (245.398)	
23	\$ 41.414.689	\$ 1.086.698	\$ 834.822	\$ (251.876)	
24	\$ 41.673.214	\$ 1.093.348	\$ 834.822	\$ (258.526)	12.716.841
25	\$ 41.938.565	\$ 1.100.173	\$ 834.822	\$ (265.351)	
26	\$ 42.210.921	\$ 1.107.178	\$ 834.822	\$ (272.356)	
27	\$ 42.490.468	\$ 1.114.368	\$ 834.822	\$ (279.546)	
28	\$ 42.777.394	\$ 1.121.748	\$ 834.822	\$ (286.926)	
29	\$ 43.071.895	\$ 1.129.323	\$ 834.822	\$ (294.501)	
30	\$ 43.374.171	\$ 1.137.098	\$ 834.822	\$ (302.276)	
31	\$ 43.684.427	\$ 1.145.078	\$ 834.822	\$ (310.256)	
32	\$ 44.002.874	\$ 1.153.269	\$ 834.822	\$ (318.447)	
33	\$ 44.329.728	\$ 1.161.676	\$ 834.822	\$ (326.854)	
34	\$ 44.665.211	\$ 1.170.305	\$ 834.822	\$ (335.483)	
35	\$	\$	\$	\$	

	45.009.550	1.179.162	834.822	(344.340)	
36	\$ 45.362.981	\$ 1.188.252	\$ 834.822	\$ (353.430)	13.707.630
37	\$ 45.725.741	\$ 1.197.583	\$ 834.822	\$ (362.761)	
38	\$ 46.098.079	\$ 1.207.160	\$ 834.822	\$ (372.338)	
39	\$ 46.480.246	\$ 1.216.989	\$ 834.822	\$ (382.167)	
40	\$ 46.872.503	\$ 1.227.078	\$ 834.822	\$ (392.256)	
41	\$ 47.275.115	\$ 1.237.434	\$ 834.822	\$ (402.612)	
42	\$ 47.688.356	\$ 1.248.063	\$ 834.822	\$ (413.241)	
43	\$ 48.112.506	\$ 1.258.973	\$ 834.822	\$ (424.151)	
44	\$ 48.547.854	\$ 1.270.170	\$ 834.822	\$ (435.348)	
45	\$ 48.994.696	\$ 1.281.663	\$ 834.822	\$ (446.841)	
46	\$ 49.453.334	\$ 1.293.460	\$ 834.822	\$ (458.638)	
47	\$ 49.924.080	\$ 1.305.568	\$ 834.822	\$ (470.746)	
48	\$ 50.407.253	\$ 1.317.996	\$ 834.822	\$ (483.174)	15.062.137
49	\$ 50.903.183	\$ 1.330.751	\$ 834.822	\$ (495.929)	
50	\$ 51.412.205	\$ 1.343.844	\$ 834.822	\$ (509.022)	
51	\$ 51.934.665	\$ 1.357.282	\$ 834.822	\$ (522.460)	
52	\$ 52.470.918	\$ 1.371.075	\$ 834.822	\$ (536.253)	
53	\$ 53.021.329	\$ 1.385.232	\$ 834.822	\$ (550.410)	
54	\$ 53.586.270	\$ 1.399.763	\$ 834.822	\$ (564.941)	
55	\$ 54.166.125	\$ 1.414.678	\$ 834.822	\$ (579.856)	
56	\$ 54.761.289	\$ 1.429.986	\$ 834.822	\$ (595.164)	
57	\$ 55.372.165	\$ 1.445.698	\$ 834.822	\$ (610.876)	
58	\$	\$	\$	\$	

	55.999.168	1.461.825	834.822	(627.003)	
59	\$ 56.642.724	\$ 1.478.378	\$ 834.822	\$ (643.556)	
60	57303270	\$ 1.495.368	\$ 834.822	\$ (660.546)	16.913.881

Tabla 35 Amortización del Crédito. Fuente: Autores del proyecto

) Costos Directos y Costos Variables

Detalle	Año 1		
	CF	CV	Costo Total
Mano de Obra Directa		\$ 33.738.534	\$ 33.738.534
Mano de Obra Indirecta	\$ -		\$ -
Materia Prima	\$ -	\$ 110.200.629	\$110.200.629
Arriendo	\$ 9.000.000	\$ -	\$ 9.000.000
Costos Servicios	\$ -	\$ 5.826.003	\$ -
Depreciación	\$ 1.333.790	\$ -	\$ -
Subtotal	\$ 10.333.790	\$ 149.765.166	\$152.939.163
Personal de Administración y ventas	\$ 37.370.534		\$ 37.370.534
Costos Servicios		\$ 1.537.406	\$ 1.537.406
Arriendo	\$ 9.000.000		\$ 9.000.000
Depreciación	\$ 345.635		
Publicidad	\$ 2.000.000		\$ 2.000.000
Total	\$ 59.049.959	\$ 151.302.573	\$202.847.104

Tabla 36 Distribución Costos y Gastos Año1. Fuente Autores del proyecto

) Punto de Equilibrio

Conociendo los gastos y costos, así como las depreciaciones de la Maquinaria, Equipo y Muebles y Enseres podemos elaborar la distribución de costos y gastos para cada año y a partir de ésta hallar el punto de equilibrio para cada año, así como el grado de apalancamiento.

Para poder determinar el punto de equilibrio se utilizara la siguiente formula:

$$\text{Costo unitario variable: } \frac{\text{Costo variable}}{\text{unidades vendidas}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio: } \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Precio Venta- Costo Variable})}$$

Año 1

Precio de venta	\$ 2.500
Costo Fijo	\$ 59.049.959
Costo Variable	\$ 151.302.573
Costo unitario Variable	\$ 1.263
unidades año vendidas	119808
Punto de Equilibrio (unidades)	47732

Tabla 37 Punto de Equilibrio Año 1. Fuente: Autores del proyecto

El punto de equilibrio para el primero año nos arroja que la empresa debe vender 47.732 unidades de cupcakes.

Punto de Equilibrio Año 2

Detalle	Año 2		
	CF	CV	Costo Total
Mano de Obra Directa		\$ 35.182.526	\$ 35.182.526
Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -
Materia Prima	\$ -	\$ 119.624.656	\$119.624.656
Arriendo	\$ 9.485.100	\$ -	\$ 9.485.100
Costos Servicios	\$ -	\$ 6.140.025	\$ 6.140.025
Depreciación	\$ 1.333.790	\$ -	\$ 1.333.790
Subtotal	\$ 10.818.890	\$ 160.947.206	\$171.766.096
Personal de Administración y ventas	\$ 39.551.255	\$ -	\$ 39.551.255
Costos Servicios	\$ -	\$ 2.147.271	\$ 2.147.271
Arriendo	\$ 9.485.100	\$ -	\$ 9.485.100
Depreciación	\$ 345.635	\$ -	\$ 345.635
Publicidad	\$ 2.000.000	\$ -	\$ 2.000.000
Total	\$ 62.200.880	\$ 163.094.477	\$225.295.358

Tabla 38 Costos y Gastos Año 2. Fuente: Autores del Proyecto

Precio de venta	\$ 2.650
Costo Fijo	\$ 62.200.880
Costo Variable	\$ 163.094.477
Costo unitario Variable	\$ 1.322
unidades año vendidas	123402
Punto de Equilibrio (unidades)	46826

Tabla 39 Punto de Equilibrio año 2. Fuente: Autores del proyecto

Para el segundo año la empresa debe vender 46.826 unidades para encontrar su punto de equilibrio.

Punto de Equilibrio Año 3

Detalle	Año 3		
	CF	CV	Costo Total
Mano de Obra Directa		\$ 37.406.061	\$ 37.406.061
Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -
Materia Prima	\$ -	\$ 131.115.322	\$131.115.322
Arriendo	\$ 9.996.347	\$ -	\$ 9.996.347
Costos Servicios	\$ -	\$ 6.470.972	\$ -
Depreciación	\$ 1.333.790	\$ -	\$ -
Subtotal	\$ 11.330.137	\$ 174.992.355	\$178.517.730
Personal de Administración y ventas	\$ 42.050.895	\$ -	\$ 42.050.895
Costos Servicios	\$ -	\$ 2.263.009	\$ 2.263.009
Arriendo	\$ 9.996.347	\$ -	\$ 9.996.347
Depreciación	\$ 345.635	\$ -	\$ 345.635
Publicidad	\$ 2.000.000	\$ -	\$ 2.000.000
Total	\$ 65.723.013	\$ 177.255.364	\$178.517.730

Tabla 40 Costos y Gastos Año 3. Fuente Autores del Proyecto

Precio de venta	\$ 2.836
Costo Fijo	\$ 65.723.013
Costo Variable	\$ 177.255.364
Costo unitario Variable	\$ 1.381
unidades año ventas	128338
Punto de Equilibrio (unidades)	45191

Tabla 41 Punto de Equilibrio Año 3. Fuente: Autores del proyecto

Al tercer año se debe vender 45.191 unidades de cupcakes para su punto de equilibrio, si se compara con los dos años anteriores éste último ha disminuido en cantidad.

Punto de Equilibrio Año 4

Detalle	Año 4		
	CF	CV	Costo Total
Mano de Obra Directa		\$ 39.770.124	\$ 39.770.124
Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -
Materia Prima	\$ -	\$143.709.735	\$143.709.735
Arriendo	\$ 10.535.150	\$ -	\$ 10.535.150
Costos Servicios	\$ -	\$ 6.819.757	\$ 6.819.757
Depreciación	\$ 1.333.790	\$ -	\$ 1.333.790
Subtotal	\$ 11.868.940	\$190.299.617	\$202.168.557
Personal de Administración y ventas	\$ 44.708.511	\$ -	\$ 44.708.511
Costos Servicios	\$ -	\$ 2.384.985	\$ 2.384.985
Arriendo	\$ 10.535.150	\$ -	\$ 10.535.150
Depreciación	\$ 345.635	\$ -	\$ 345.635
Publicidad	\$ 2.000.000	\$ -	\$ 2.000.000
Total	\$ 69.458.236	\$192.684.602	\$262.142.838

Tabla 42 Costos y Gastos Año 4. Fuente Autores del Proyecto

Precio de venta	\$ 3.035
Costo Fijo	\$ 69.458.236
Costo Variable	\$ 192.684.602
Costo unitario Variable	\$ 1.444
unidades año vendidas	133472
Punto de Equilibrio (unidades)	43660

Tabla 43 Punto de Equilibrio Año 4. Fuente: Autores del proyecto

El punto de equilibrio para el cuarto año es de 43660 unidades de cupcakes que se deben vender, la tendencia es a disminuir la cantidad de unidades que se deben vender.

Punto de Equilibrio Año 5

Detalle	Año 5		
	CF	CV	Costo Total
Mano de Obra Directa		\$ 42.283.596	\$ 42.283.596
Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -
Materia Prima	\$ -	\$157.513.917	\$157.513.917
Arriendo	\$ 11.102.995	\$ -	\$ 11.102.995
Costos Servicios	\$ -	\$ 7.187.342	\$ 7.187.342
Depreciación	\$ 1.333.790	\$ -	\$ 1.333.790
Subtotal	\$ 12.436.785	\$206.984.856	\$219.421.641
Personal de Administración y ventas	\$ 47.534.089	\$ -	\$ 47.534.089
Costos Servicios	\$ -	\$ 2.513.536	\$ 2.513.536
Arriendo	\$ 11.102.995	\$ -	\$ 11.102.995
Depreciación	\$ 345.635	\$ -	\$ 345.635
Publicidad	\$ 2.000.000	\$ -	\$ 2.000.000
Total	\$ 73.419.503	\$209.498.392	\$282.917.895

Tabla 44 Costos y Gastos Año 5. Fuente Autores del Proyecto

Precio de venta	\$ 3.247
Costo Fijo	\$ 73.419.503
Costo Variable	\$ 209.498.392
Costo unitario Variable	\$ 1.509
unidades año ventas	138811
Punto de Equilibrio (unidades)	42251

Tabla 45 Punto de Equilibrio Año 5. Fuente: Autores del proyecto

Por último, el quinto año la empresa deberá vender 42.252 unidades para poder encontrar su punto de equilibrio.

7.7 Estados Financieros

) Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS VENTAS				\$ 449.280.000,0	\$ 490.523.904,0	\$ 545.900.239,3	\$ 607.579.722,1	\$ 676.070.677,4
COSTO DE PRODUCCION				\$ 125.667.090,0	\$ 151.177.395,7	\$ 165.698.891,6	\$ 181.615.264,4	\$ 199.060.500,2
COSTO FIJO DE PRODUCCION				\$ 44.072.324,3	\$ 46.001.415,6	\$ 48.736.198,2	\$ 51.639.064,3	\$ 54.720.380,8
	ARRIENDO			\$ 9.000.000	\$ 9.485.100,0	\$ 9.996.346,9	\$ 10.535.150,0	\$ 11.102.994,6
	DEPRECIACION			\$ 1.333.790	\$ 1.333.790,0	\$ 1.333.790,0	\$ 1.333.790,0	\$ 1.333.790,0
	MANO DE OBRA			\$ 33.738.534	\$ 35.182.525,6	\$ 37.406.061,3	\$ 39.770.124,3	\$ 42.283.596,2
COSTOS VARIABLES DE PRODUCCION				\$ 5.826.003,1	\$ 6.140.024,7	\$ 6.470.972,0	\$ 6.819.757,4	\$ 7.187.342,3
	SERVICIOS PUBLICOS			\$ 5.826.003,1	\$ 6.140.024,7	\$ 6.470.972,0	\$ 6.819.757,4	\$ 7.187.342,3
UTILIDAD BRUTA				\$ 273.714.582,6	\$ 287.205.068,0	\$ 324.994.177,5	\$ 367.505.636,1	\$ 415.102.454,2
GASTOS OPERACIONALES				\$ 50.753.621,8	\$ 53.529.261,5	\$ 56.655.885,6	\$ 59.974.281,5	\$ 63.496.254,7
ADMINISTRATIVO				\$ 34.265.884,2	\$ 36.306.995,7	\$ 38.471.572,6	\$ 40.767.119,9	\$ 43.201.600,5
	ARRIENDOS			\$ 9.000.000	\$ 9.485.100,0	\$ 9.996.346,9	\$ 10.535.150,0	\$ 11.102.994,6
	SALARIOS			\$ 22.882.797	\$ 24.328.989,6	\$ 25.866.581,7	\$ 27.501.349,7	\$ 29.239.435,0
	DEPRECIACION			\$ 345.635,0	\$ 345.635,0	\$ 345.635,0	\$ 345.635,0	\$ 345.635,0
	SERVICIOS			\$ 2.037.452,4	\$ 2.147.271,1	\$ 2.263.009,0	\$ 2.384.985,2	\$ 2.513.535,9
MERCADEO Y VENTAS				\$ 16.487.737,5	\$ 17.222.265,8	\$ 18.184.313,0	\$ 19.207.161,6	\$ 20.294.654,2
	SALARIO			\$ 14.487.737,5	\$ 15.222.265,8	\$ 16.184.313,0	\$ 17.207.161,6	\$ 18.294.654,2
	PROMOCIÓN			\$ 2.000.000,0	\$ 2.000.000,0	\$ 2.000.000,0	\$ 2.000.000,0	\$ 2.000.000,0
UTILIDAD OPERACIONAL				\$ 222.960.960,8	\$ 233.675.806,5	\$ 268.338.291,9	\$ 307.531.354,6	\$ 351.606.199,5
GASTOS FINANCIEROS				\$ 7.586.923,6	\$ 6.694.531,5	\$ 5.474.543,8	\$ 3.806.700,9	\$ 1.526.595,7
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS				\$ 215.374.037,2	\$ 226.981.275,0	\$ 262.863.748,0	\$ 303.724.653,7	\$ 350.079.603,8
	IMPUESTOS	33%		\$ 71.073.432,3	\$ 74.903.820,7	\$ 86.745.036,9	\$ 86.745.036,9	\$ 115.526.269,3
UTILIDAD NETA				\$ 144.300.604,9	\$ 152.077.454,2	\$ 176.118.711,2	\$ 216.979.616,9	\$ 234.553.334,6

Tabla 46 Estados de Resultados. Fuente: Autores del proyecto

Flujo de caja proyectado a cinco (5) años

FLUJO DE CAJA						
ITEM	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Netos	\$ -	\$ 299.520.000	\$ 327.015.936	\$ 363.933.493	\$ 405.053.148	\$ 450.713.785
Total Disponible	\$ -	\$ 299.520.000	\$ 327.015.936	\$ 363.933.493	\$ 405.053.148	\$ 450.713.785
Inversión en Activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
compra de MP e insumos	\$ -	\$ 110.200.629	\$ 119.624.656	\$ 131.115.322	\$ 143.709.735	\$ 157.513.917
Nomina		\$ 71.109.069	\$ 75.603.162	\$ 80.381.282	\$ 85.461.379	\$ 90.862.538
Arriendo		\$ 18.000.000	\$ 18.970.200	\$ 19.992.694	\$ 21.070.300	\$ 22.205.989
Publicidad		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Gastos preoperativos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios publicos	\$ -	\$ 7.863.456	\$ 8.287.296	\$ 8.733.981	\$ 9.204.743	\$ 9.700.878
Gastos financieros	\$ -	\$ 7.586.924	\$ 6.694.532	\$ 5.474.544	\$ 3.806.701	\$ 1.526.596
Pago de Impuestos	\$ -	\$ 26.756.565	\$ 26.756.565	\$ 31.358.595	\$ 38.108.589	\$ 45.904.191
Total Egresos		\$ 244.516.641	\$ 258.936.409	\$ 280.056.418	\$ 304.361.446	\$ 330.714.109
Neto Disponible		\$ 52.078.035	\$ 65.414.894	\$ 80.349.032	\$ 95.874.929	\$ 113.305.869
Aporte de Socios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamos	\$ 37.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAJA FINAL	-\$ 37.000.000	\$ 52.078.035	\$ 65.414.894	\$ 80.349.032	\$ 95.874.929	\$ 113.305.869

Tabla 47 Flujo de caja proyectado a (5) Años. Fuente: Autores del proyecto

Balance General Proyectado a (5) años

Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Corriente					
Caja y Bancos	\$ 52.078.035	\$ 65.414.894	\$ 80.349.032	\$ 95.874.929	\$113.305.869
Inversiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Clientes	\$ 19.161.743	\$ 14.756.565	\$ 19.358.596	\$ 26.108.588	\$ 33.904.191
Inventario Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario producto proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario producto terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Actico Corriente	\$ 71.239.778	\$ 80.171.459	\$ 99.707.628	\$121.983.517	\$147.210.060
Fijo					
Maquinaria	\$ 21.088.500	\$ 21.088.500	\$ 21.088.500	\$ 21.088.500	\$ 21.088.500
Muebles y Enseres	\$ 6.912.700	\$ 6.912.700	\$ 6.912.700	\$ 6.912.700	\$ 6.912.700
Depreciación	\$ 1.679.425	\$ 1.679.425	\$ 1.679.425	\$ 1.679.425	\$ 1.679.425
Total Activo fijo	\$ 26.321.775	\$ 26.321.775	\$ 26.321.775	\$ 26.321.775	\$ 26.321.775
Total Activo	\$ 97.561.553	\$106.493.234	\$126.029.403	\$148.305.292	\$173.531.835
Pasivo					
Obligaciones Financieras	\$ 11.992.102	\$ 6.694.532	\$ 5.474.544	\$ 3.806.701	\$ 1.526.596
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cesantias consolidadas	\$ 4.488.953	\$ 4.772.655	\$ 5.074.287	\$ 5.394.982	\$ 5.735.945
Impuesto de renta por pagar	\$ 26.756.565	\$ 31.358.595	\$ 38.108.589	\$ 45.904.191	\$ 54.868.867
Total Pasico Corriente	\$ 43.237.619	\$ 42.825.782	\$ 48.657.419	\$ 55.105.874	\$ 62.131.407
Total Pasivo	\$ 43.237.619	\$ 42.825.782	\$ 48.657.419	\$ 55.105.874	\$ 62.131.407
Patrimonio					
Capital social				\$ -	\$ -
Reserva legal	\$ 5.432.393	\$ 6.366.745	\$ 7.737.198	\$ 9.319.942	\$ 11.140.043
Utilidades Retenida	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad del Ejercicio	\$ 48.891.541	\$ 57.300.706	\$ 69.634.785	\$ 83.879.476	\$100.260.384
Total Patrimonio	\$ 54.323.934	\$ 63.667.451	\$ 77.371.983	\$ 93.199.418	\$111.400.427
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 97.561.553	\$106.493.233	\$126.029.403	\$148.305.292	\$173.531.835

Tabla 48 Balance General pryectado a (5) Años. Fuente: Autores del proyecto

7.8 Indicadores Financieros

) Razones De Liquidez

Razón Corriente	Activo corriente	
	Pasivo corriente	
Razón Corriente año 1	<div> <div>\$ 71.239.778</div> <div>\$ 31.245.518</div> </div>	2,28
Razón Corriente año 2	<div> <div>\$ 80.171.459</div> <div>\$ 36.131.251</div> </div>	2,22
Razón Corriente año 3	<div> <div>\$ 99.707.628</div> <div>\$ 43.182.876</div> </div>	2,31
Razón Corriente año 4	<div> <div>\$ 121.983.517</div> <div>\$ 51.299.173</div> </div>	2,38
Razón Corriente año 5	<div> <div>\$ 147.210.060</div> <div>\$ 60.604.812</div> </div>	2,43

Tabla 49 Razón Corriente. Fuente: Autores del proyecto

Al observar los datos se puede determinar la capacidad de pago con lo que cuenta la empresa. Entre mayor sea la razón resultante, mayor será la solvencia y capacidad de pago; lo que garantiza a la empresa y la puede librar de problemas con los acreedores, pues estos tendrán la confianza de que el dinero no se perderá.

) Razón de Endeudamiento

Razón de Endeudamiento	Pasivo Total	
	Activo Total	
Razón Endeudamiento año 1	<div>\$ 43.237.619</div> <div>\$ 97.561.553</div>	0,44
Razón Endeudamiento año 2	<div>\$ 42.825.782</div> <div>\$ 106.493.234</div>	0,40
Razón Endeudamiento año 3	<div>\$ 48.657.419</div> <div>\$ 126.029.403</div>	0,39
Razón Endeudamiento año 4	<div>\$ 55.105.874</div> <div>\$ 148.305.292</div>	0,37
Razón Endeudamiento año 5	<div>\$ 62.131.407</div> <div>\$ 173.531.835</div>	0,36

Tabla 50 Razón de Endeudamiento. Fuente: Autores del proyecto

La razón de endeudamiento nos muestra que la empresa necesita menos del 50% para acudir a terceros para financiar la operación, un factor positivo para la estructura del financiamiento.

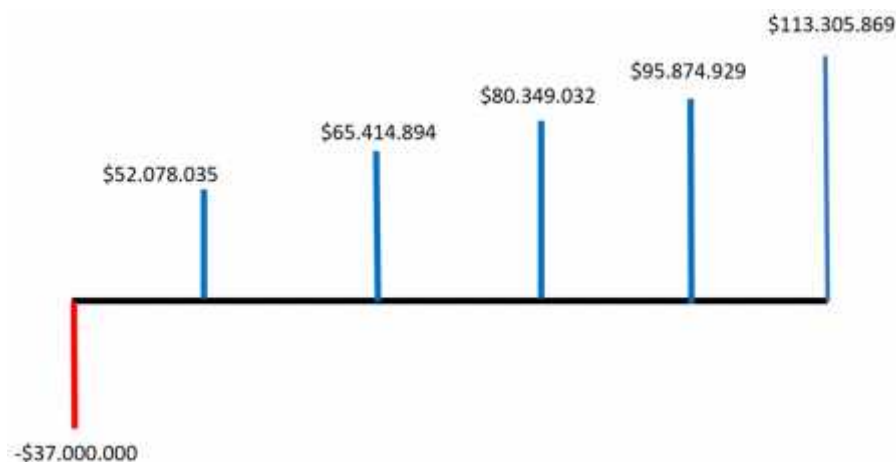
) Margen de Utilidad Neta

Margen de utilidad Neta	Utilidad Neta	
	Ventas netas	
Margen de utilidad Neta año 1	<div>\$ 48.891.541</div> <div>\$ 299.520.000</div>	0,16
Margen de utilidad Neta año 2	<div>\$ 57.300.706</div> <div>\$ 327.015.936</div>	0,18
Margen de utilidad Neta año 3	<div>\$ 69.634.785</div> <div>\$ 363.933.493</div>	0,19
Margen de utilidad Neta año 4	<div>\$ 83.879.476</div> <div>\$ 405.053.148</div>	0,21
Margen de utilidad Neta año 5	<div>\$ 100.260.384</div> <div>\$ 450.713.785</div>	0,22

Tabla 51 Margen de Utilidad Neta. Fuente: Autores del proyecto

La rentabilidad obtenida en el margen de Utilidad Neta nos muestra que la empresa obtiene en promedio un porcentaje de 19,2% de rentabilidad.

) Valor Presente Neto VPN – TIR



Gráfica 11 Flujo de Caja Proyectado. Fuente: Autores del proyecto

VPN= \$242.732.820,38

Tasa de descuento para evaluar = 15%

TIR= 161%

Al evaluar el proyecto a una tasa del 15%, se encuentra que el proyecto es viable, dando un valor de \$242.732.820,38, además la tasa interna de retorno (TIR) está en 161%, superior a la estimación del mercado. Estos valores confirman que el proyecto de crear una empresa de Cupcakes a base de vegetales es oportuno por su alta rentabilidad para los socios y una buena manera de incursionar en el mercado de la repostería.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presenta proyecto de pre-inversión se llega a la conclusión de que es viable la creación de una empresa de repostería en la ciudad de Villavicencio como una idea de negocio rentable, que además de ello la inversión requerida es moderada y desde el ejercicio administrativo se puede llegar a desarrollar una empresa sólida que compita en el mercado.

El estudio de mercado arroja que las personas están dispuestas a comprar y degustar este tipo de producto, más cuando la base del mismo es a base de vegetales y que puede ser consumido por cualquier clase de persona sea niño, jóvenes, adultos y adulto mayor. Por otro lado lo que hace viable el producto es el valor por el cual puede ser adquirido, según la encuesta realizada a las personas de la ciudad de Villavicencio, el 80% de los encuestados han pagado por el consumo de un Cupcake entre \$ 2.500 y \$ 3.000, a raíz de la información suministrada por medio de la investigación de mercado es conveniente manejar el menor precio el cual será de \$ 2.500 C/U, agradando que el producto de será consumido tendrá un valor adicional y no va ser el Cup cake tradicional.

La empresa tendrá un buen desarrollo si hace uso de las redes sociales para hacer llegar el producto, y estar actualizando todo tipo de contenido para que sea el agrado de las personas y que éste lo recomiende.

Las proyecciones financieras basadas en el estudio de mercado determina que son suficientes para sobrepasar el punto de equilibrio para la empresa durante los cinco años del proyecto, además muestran que se puede al alcanzar la rentabilidad manejando un asequible precio por cada Cupcake de \$ 2.500, de tal modo que es posible mantener los empleos directos y formales y además cubrir con las obligaciones financieras necesarios para completar la inversión inicial.

Al evaluar el proyecto con tasas del mercado del 15% se puede estimar la viabilidad, así como comparar con la tasa interna de retorno arroja datos favorables del proyecto los cuales demuestran que son mucho mejores que los encontrados en el mercado. De hecho desde el primer año la empresa empieza a generar rentabilidad haciendo favorable su aprovechamiento en el mercado.

BIBLIOGRAFIA

- Arias, Fidias. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme, C.A.
- Baca, G. (2005). *Evaluación de Proyectos*. Ciudad de Mexico: Mac Graw Hill.
- C, M. (2006). *Metologia, Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Bogotá D.C.: Limusa Noriega Editores.
- Callejas, J. M. (2005). *Organización y Métodos*. El Salvador: Francisco Gavidia.
- Constitucion politica de Colombia. (1991).
- Chiavenato, i. (2006). *Introducción a la Teroría General de la Administración* . Ciudad de Mexico: MC Graw Hall.
- DANE. (NOVIEMBRE de 2009). Estadística, Departamento Administrativo Nacional de.
- Recuperado el 25 de OCTUBRE de 2013, de <http://www.dane.gov.co/>:
- http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/ecde/informe_ECDE_08.pdf
- David, F. R. (2013). *Concepto de Administración Estrategica*. Ciudad de Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Decreto 3075 de. (1997). Buenas prácticas de manufactura.
- EMSA. (10 de 11 de 2016). www.electrificadoradelmeta.com.co. Obtenido de
- www.electrificadoradelmeta.com.co:
- http://www.electrificadoradelmeta.com.co/media/k2/attachments/Arbol_Tarifario_Publica_201607_PUBLI.pdf

Grupo Bancolombia. (20 de Noviembre de 2016). *www.grupobancolombia.com*. Obtenido de *www.grupobancolombia.com*:

<http://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/productos-servicios/creditos/consumo/libre-inversion/>

Gulick, L. (1937). Notes on the Theory of organization. Columbia.

Iturriaga, M. L. (21 de Julio de 2010). *El comedista*. Obtenido de

http://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2010/07/21/articulo/1279688400_127968.html

Kotler, P y Armstrong. (2004). *Marketing*. Madrid: Pearson Prentice Hall. pág 10.

Ley 1014 de. (2006). De fomento a la cultura del Emprendimiento

Ley 590 del 10 de julio. (2000). Ley mipyme.

Mendez, C. (2006). *Metodologia: Diseño y desarrollo de proceso de investigación* . Bogotá: Limusa.

Urbina, B. (2005). *Evaluacion de Proyectos*. Ciudad de Mexico: Mc Graw Hill.

Republica.com, L. (9 de Octubre de 2010). Un análisis a la industria panificadora. Recuperado el 15 de 11 de 2013, de La Republica.com

Schumpeter, Joseph Alois. (2002). Ciclos Económicos: Análisis, teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista. Prensas universitarias de Zaragoza. Zaragoza (España). pág 65.

Sorzano, L. L. (21 de Diciembre de 2012). Por la ruta de los 'cupcakes'. EL ESPECTADOR, pág. 9.

TNS. (2009). Empresa Inglesa especialista en investigación de mercados, más grande del mundo presente en 75 países.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de las encuestas.



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Se está realizando esta encuesta con el ánimo de conocer el grado de aceptación e inversión que podrían realizar nuestros posibles consumidores en el sector repostería en especial cupcakes a base de **VEGETALES** en la ciudad de Villavicencio, Meta.

La información suministrada a continuación será utilizada con fines académicos, agradecemos su participación y honestidad al responder. Por favor marque con X su respuesta.

1. Enumere de 1 a 5 siendo 5 el de mayor importancia las características por

Las cuales usted compraría un producto de repostería:

- ☐ Precio
- ☐ Calidad
- ☐ Variedad de sabores
- ☐ Variedad en tamaño
- ☐ Posicionamiento en el mercado

2. Enumere de 1 a 5, siendo 5 el más consumido y 1 el menos consumido de los siguientes productos de repostería:

Siguientes productos de repostería

- ☐ Tortas

☐ Cupcakes

☐ Postres

☐ Muffins

3. ¿Ha consumido CUPCAKES?

☐ SI

☐ NO

4. Por qué pensaría en comprar CUPCAKES?

☐ Cumpleaños

☐ Fechas especiales

☐ Reuniones

☐ Refrigerios

5. ¿Con que frecuencia adquiere los CUPCAKES?

☐ Cada quince días

☐ Cada Treinta Días

☐ Cada año

6. ¿Cuál es el motivo por el cual usted consume el CUP CAKES?

☐ Celebración

☐ Por gusto

7. Enumere de 1 a 5 siendo 1 el de mayor importancia las características por las cuales usted compraría un cup cake.

☐ Precio

☐ Calidad

☐ Variedad de sabores

☐ Decoración

☐ Posicionamiento en el mercado

8. ¿Compraría cup cakes saludables a base de Vegetales?

___ Si
___ No

9.Cuál de los siguientes sabores le gustaría encontrar en un cupcakes?

___ Espinaca
___ Ahuyama
___ Zanahoria

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cup cake saludable a base de vegetales?

___ \$ 2.500
___ \$ 3.000
___ \$ 3.500
___ \$ 4.000
___ \$ 4.500

Realizado por Giovanni Barreto y Karen Melo, estudiantes de administración de empresas de la Universidad de los Llanos

Anexo 2. Ficha Técnica

Tabla 1 Ficha Técnica Encuesta Productos Tradicionales. FICHA TÉCNICA

Realizada por:	Karen Yineth Melo Rondón / Giovanni Barreto Fernández.
Universo:	Habitantes y Población de la ciudad de Villavicencio, Meta
Unidad de Muestreo:	Personas.
Fecha:	Febrero – marzo de 2017.
Hora:	Entre las 9:00 am y las 5:00 pm
Área de Cobertura:	Ciudad de Villavicencio, Meta.
Tipo de Muestreo:	Aleatorio Simple.
Técnica de Recolección de datos:	Encuesta
Tamaño de la Muestra:	267.
Objetivo de la Encuesta:	Esta encuesta tiene como fin recolectar información para el desarrollo de un estudio de mercado sobre la preferencia y el gusto por un producto en expansión en la ciudad como lo son los Cup cakes agregándole verduras como ingrediente principal.
N° de preguntas Formuladas:	10

Tabla 52 Ficha Técnica encuesta. Fuente Autores del proyecto